



Manuel João Cruz

Fake news & Desinformação: Estudo de caso numa instituição de ensino superior em Portugal

Versão definitiva

Manuel João Cruz

Fake News & Desinformação: Estudo de caso numa instituição de ensino superior em Portugal

Projeto Final de Mestrado

Mestrado em Comunicação Aplicada – Ramo Comunicação Estratégica

Trabalho efetuado sob a orientação de:
Professor(a) Doutor(a) Nídia Salomé Morais

Setembro de 2020



DECLARAÇÃO DE INTEGRIDADE CIENTÍFICA

Manuel João Santos Cardoso Simões da Cruz n.º 13364, do curso de Mestrado em Comunicação Aplicada - Ramo Comunicação Estratégica, declara sob compromisso de honra, que o Projeto de Mestrado é inédito e foi especialmente escrito para este efeito.

Viseu, 2020

O aluno, Manuel João Cruz

Agradecimentos

Qualquer trabalho científico nunca é um esforço individual e contamos sempre com o apoio de pessoas sem as quais a realização de um projeto deste tipo não seria possível atingir. A todas a elas o meu sincero obrigado.

Gostaria de agradecer em primeiro lugar à Professora Nídia Salomé Morais, que aceitou orientar o meu trabalho e acreditou em mim e no tema desde o início. Todo o seu conhecimento, experiência, disponibilidade e paciência foram fundamentais para a conclusão do trabalho final.

À minha namorada, Sofia Fragata, pelo apoio e amor incondicional que demonstrou nos últimos 16 anos da minha vida e aceitou ajudar e ler, a meu pedido e mais vezes do que é razoável, todo o trabalho efetuado. A minha vida não seria a mesma sem a sua presença, especialmente nos momentos mais difíceis. Que nunca deixe de acreditar em mim como eu acredito nela.

À minha família por todo o apoio e paciência.

Ao Instituto Politécnico de Viseu pelos recursos disponibilizados que ajudaram a completar e melhorar a investigação.

Por último, a todos os professores que instigaram em mim o gosto pela investigação e pela procura de novos conhecimentos.

Resumo

A desinformação tem vindo a ganhar nova importância na sociedade do século XXI em especial fruto da adoção de novas tecnologias em atividades de consumo e partilha de informação. A pertinência deste tema motivou o desenvolvimento da presente investigação, que procurou compreender as perceções de discentes e docentes do ensino superior sobre a problemática da desinformação e das notícias falsas. Neste sentido, realizou-se um estudo de caso numa Instituição de Ensino Superior em Portugal, no ano letivo de 2019/2020, envolvendo 139 estudantes de comunicação e 3 professores com o objetivo de se perceber o modo como futuros profissionais de comunicação lidam com informação online. Os dados obtidos via questionário e entrevista revelam que os alunos apresentam algumas lacunas no momento de interpretar a informação online e consideram a promoção da literacia mediática como o meio mais eficaz ao combate da desinformação. Esta investigação permitiu ainda concluir que os estudantes conseguem distinguir textos credíveis de textos com notícias falsas, embora tenham revelado dificuldades em distinguir websites conceituados de websites que partilham *fake news*. Por sua vez, os professores atribuem aos mais jovens o aparente aumento da desinformação e consideram que os alunos entram no ensino superior sem a devida preparação para lidar com a informação online. À semelhança dos estudantes, os professores partilham também a opinião de que a promoção de literacia mediática é fundamental no combate à desinformação. Estes resultados são válidos neste contexto e podem servir como base para investigações futuras que podem abranger outras áreas de educação e outras instituições.

Palavras-Chave: Fake news; Desinformação; Comunicação; Ensino Superior; Portugal.

Abstract

Disinformation has been gaining new importance in 21st-century society, especially as a result of the adoption of new technologies in consumer activities and information sharing. The relevance of this theme motivated the development of the present investigation, which sought to understand the perceptions of students and professors of higher education on the problem of disinformation and fake news. In this sense, a case study was carried out at a Higher Education Institution in Portugal, in the academic year 2019/2020, involving 139 communication students and 3 professors in order to understand how future communication professionals deal with information online. The data obtained through a questionnaire and interview reveals that students have some gaps when interpreting information online and consider the promotion of media literacy as the most effective means of combating disinformation. This investigation also allowed us to conclude that students can distinguish credible texts from fake news, although they have shown difficulties in distinguishing reputable websites from websites that share fake news. In turn, teachers attribute to young people the apparent increase in disinformation and consider that students enter higher education without proper preparation to deal with information online. Like the students, professors also share the view that the promotion of media literacy is fundamental in combating disinformation. These results are valid in this context and can serve as a basis for future research that may cover other areas of education and other institutions.

Keywords: Fake news; Disinformation; Communication; Higher education; Portugal

Índice

Índice de Figuras	X
Índice de Tabelas	X
Índice de Quadros.....	XI
Lista de Siglas.....	XII
Introdução	1
Contexto do trabalho	1
Apresentação e pertinência do tema	2
Questão de investigação e objetivos do estudo	4
Limitações do estudo.....	5
Capítulo I – Enquadramento Teórico.....	1
1.1 Breve resenha histórica do jornalismo	1
1.1.1 Jornalismo no século XXI: um retrato e evolução	4
1.2 O Fenómeno das Fake news e da desinformação	12
1.2.2 Porque é que as pessoas partilham desinformação?	18
1.2.3 A relação entre desinformação e echo chambers e identity politics	23
1.2.4 Meios de combate à desinformação	28
1.3 Teoria geral do princípio da Liberdade de Expressão	33
Capítulo II - Metodologia	41
2.1 Opções metodológicas	41
2.2 Questão de partida.....	42
2.3 Objetivos da investigação	43
2.4 Instrumentos de recolha de dados	43
Capítulo III – Análise e Interpretação dos resultados.....	46
3.1 Participantes do estudo	46
3.2 Acesso a fontes de notícias e redes sociais	49
3.3 Consumo de notícias online.....	51
3.4 Consciência em relação ao fenómeno da desinformação.....	54
3.5 Bases epistemológicas dos estudantes	60
3.6 Eficácia dos meios de combate à desinformação.....	71
3.7 A perspetiva dos docentes	73
3.7.1 Opinião dos docentes sobre desinformação	73
3.7.2 Perceção dos docentes sobre os estudantes	75
3.8 Discussão dos Resultados	76
4. Capítulo IV – Conclusões	84
4.1 Conclusões do estudo	84

4.2 Contributos e sugestões de investigação futura	89
Referências Bibliográficas	92
Anexos.....	98
Anexo I - Questionário	98
Anexo II - Guião de entrevista	115

Índice de Figuras

Figura 1 - Género dos estudantes (n=139)	46
Figura 2 - Idade dos estudantes (n=139)	47
Figura 3 - Ano curricular que os estudantes estavam a frequentar (n=139)	48
Figura 4 - Perceção dos estudantes sobre como surgem as notícias no newsfeed das redes sociais (n=139).....	53
Figura 5 - Confiança dos participantes em relação às notícias que surgem nas redes sociais (n=139)	54
Figura 6 - Diário de Notícias (19-09-2019)	60
Figura 7 - Áreas de difusão de desinformação (n=139).....	63
Figura 8 - Opinião dos estudantes sobre a paródia do DHMO (n=139).....	67
Figura 9 - Perceção dos estudantes sobre que texto é fake news (n=139)	69
Figura 10 - Magazine Lusa (19-09-2019).....	70

Índice de Tabelas

Tabela 1 - Frequência de uso de fontes de notícias (n=139).....	49
Tabela 2 - Utilização das redes sociais pelos estudantes (n=139)	50
Tabela 3 - Acesso a fontes de notícias por rede social (n=139)	51
Tabela 4 - Comportamento dos estudantes relativamente ao consumo de notícias online (n=139).....	52
Tabela 5 - Pesquisa informação adicional quando lê notícias? (n=139).....	54
Tabela 6 - Grau de preocupação: jornalismo, desinformação e sociedade (n=139)	55
Tabela 7 - As fake news devem estar protegidas pela liberdade de expressão? (n=139)	57
Tabela 8 - Opinião dos estudantes sobre se alguns tipos de discurso ou expressões de opinião que devem ser banidos ou suprimidos (n=139)	58
Tabela 9 - Dados sobre a justificação (Há tipos de discurso ou expressões de opinião que devem ser banidos ou suprimidos de modo a evitar conflitos de ideias, valores e susceptibilidades) (n=47)	59
Tabela 10 - Respostas dos alunos em relação à apresentação de uma imagem de um jornal conceituado (n=139)	60
Tabela 11 - Identificação de títulos noticiosos que fazem parte de websites de desinformação/fake news (n=139)	62
Tabela 12 - Meios onde assiste à partilha de Fake news (n=139).....	64
Tabela 13 - Motivos que ajudam à proliferação da desinformação (n=139)	65
Tabela 14 - Opiniões sobre o conteúdo de um artigo (fake news) (n=139)	66
Tabela 15 - Considera que é a página principal de um jornal conceituado? (n=139) ..	71
Tabela 16 - Eficácia dos meios de combate à desinformação (n=139)	72

Índice de Quadros

Quadro 1 - Justificação grau de preocupação: jornalismo, desinformação e sociedade	56
Quadro 2 - Exemplos de justificações relativas ao facto de “As Fake news devem estar protegidas pelo princípio constitucional da liberdade de expressão”	58
Quadro 3 - Justificações dos estudantes relativamente a se existem discursos que devem ser banidos.....	59
Quadro 4 - Justificações dos estudantes sobre se a imagem seria de uma página principal de um jornal conceituado	61
Quadro 5 - Exemplos de justificação (Que títulos noticiosos são Fake news)	62
Quadro 6 - Justificação de respostas à pergunta da paródia do DHMO	68
Quadro 7 - Justificação: Perceção dos estudantes sobre que texto é fake news	70
Quadro 8 - Justificação de respostas à pergunta "Considera que é a página principal de um jornal conceituado?"	71

Lista de Siglas

ERC - Entidade Reguladora para a Comunicação Social

ESS - Evolutionarily Stable Strategy

LMI - Literatura dos Media e Informação

MIL - *Media and Information Literacy*

OCDE - Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico

ONU - Organização Nações Unidas

SPSS - Statistical Package for the Social Sciences

UI – User Interface

Introdução

Contexto do trabalho

O desenvolvimento tecnológico e a proliferação de instrumentos *online* de comunicação digital em massa como as redes sociais aumentaram a velocidade de distribuição e consumo de informação que ofereceram novos canais de propagação de desinformação (Tandoc, Lim & Ling, 2018). Atentando ao espaço jornalístico, este ecossistema digital permite uma melhor verificação de fatos (Lynch, 2016) histórias e reivindicações como meio de responsabilização ou descrédito junto dos autores. Contudo, aparentemente paradoxalmente, o advento da Internet iniciou igualmente uma tendência crescente de criação e partilha de histórias falsas (Lazer, Baum, Benkler, Berinsky, Greenhill, Menczer, Metzger, Nyhan, Pennycook, Rothschild, Schudson, Sloman, Sunstein, Thorson, Watts & Zittrain, 2018), fabricação de factos e desconsideração de fontes que apresentam versões e narrativas polarizantes alimentada por interesses económicos, políticos e sociais: as *fake news*¹. Esta disseminação apresenta-se de diversas formas, incluindo texto, imagens adulteradas (e.g. utilização de Photoshop) e “*deepfakes*” – vídeos falsos e manipulados digitalmente com resultados credíveis (Ruchansky, Seo & Liu, 2017). O *Brexit* e a eleição de Donald Trump em 2016 funcionam como o gatilho para a renovada atenção e evolução do termo *fake news* e desempenharam um papel importante no resultado de ambas as disputas políticas (Gelfert, 2018). Este fenómeno, anteriormente restrito no alcance e distribuição devido a limitações técnicas, apresenta-se atualmente fortalecido. A definição do conceito e a amplitude de ideias que encerra é alvo de debate com opiniões diversas entre especialistas, pelo que os efeitos que provoca podem variar de acordo com os estudos e autores apresentados. Todavia, podemos nomear várias características do mesmo: por um lado, pode ser utilizado como um termo pejorativo que denuncia os *media* e o jornalismo e, por outro, como um vocábulo generalista que engloba todas as formas de informação falsa, errada e fabricada (Quandt, Frischlich, Boberg & Schatto-Eckrodt, 2019). Pode igualmente ser utilizado no discurso como aparelho retórico (Gelfert, 2018).

¹ Aqui realçamos um termo intercambiável que utilizaremos neste trabalho que se encontra de acordo com a Entidade Reguladora para a Comunicação Social (2019) para o mesmo: desinformação.

Tendo estas ideias em linha de conta, o estudo desenvolvido no âmbito do mestrado em comunicação aplicada tentou aprofundar que perceção estudantes e professores de comunicação de uma instituição de ensino superior em Portugal possuem em relação ao fenómeno da desinformação. Para tal utilizámos um questionário para recolha de dados dos alunos e realizámos entrevista para os docentes.

Apresentação e pertinência do tema

Podemos afirmar que assistimos a uma nova guerra contra a verdade que impulsiona a desinformação (d’Ancona, 2017). Neste contexto encontramos a problemática da desinformação como um problema epistemológico (MacKenzie & Bhatt, 2020). Por outras palavras, um dos elementos principais na proliferação da desinformação é o conhecimento e aptidões necessárias que sujeito não possui quando se cruza com *fake news*. O consenso científico admite que um dos meios de combate passa por atribuir ao indivíduo estas mesmas capacidades e aptidões: uma maior literacia mediática digital que fornece um pensamento crítico apto a questionar a informação a que é exposto. Esta luta por uma maior literacia mediática digital passa, invariavelmente, pela educação. Porém, como iremos ver, habilitar o indivíduo com pensamento mais crítico não significa que a solução represente a adoção de uma posição essencialmente cínica em relação ao meio.

Clarificando, existe uma cadeia de dependência de confiança (Nguyen, 2018), com bases epistemológicas, que deve ser e é respeitada para o bem-estar social. O sujeito deve confiar em fontes de conhecimento que não possui. A título de exemplo, confiamos no diagnóstico de um médico especializado que confia na sua formação que, nós próprios, julgamos competente. Por sua vez, acreditamos que esta formação é lecionada por especialistas habilitados para tal que funcionam em instituições devidamente credenciadas por parte de outros especialistas que também eles confiam no conhecimento de outros, *ad aeternum*.

Esta cadeia verifica-se em virtualmente todos os aspetos do quotidiano e não é exequível a ideia de praticarmos uma reflexão extremamente crítica sobre todo e qualquer assunto. Surge então um dos problemas epistemológicos: o indivíduo deve confiar na cadeia de conhecimento e simultaneamente reconhecer quando deve desconfiar da mesma. Aqui, o argumento de adotar e estimular uma posição crítica é, no mínimo, vaga e, no máximo, prejudicial. Vaga porque é fácil afirmar importância da reflexão e pensamento crítico. No entanto, podemos argumentar que é uma verdade autoevidente, embora não possamos ir tão longe como afirmar que o apelo ao espírito crítico é desnecessário. Contudo, não surge como solução independente ou autónoma

e pode até provar-se prejudicial. Por exemplo, um indivíduo que adote uma posição crítica em relação à vacinação dos seus filhos tem o potencial de originar efeitos trágicos.

No que concerne o jornalismo, existem casos simples onde o ónus epistemológico se coloca do lado do indivíduo. O leitor, à partida, deve conseguir distinguir uma notícia de uma crónica de opinião (Gelfert, 2018) e aplicar o mesmo processo de distinção a outros tipos de informação. O próprio jornal deve ter em consideração que o seu cliente é apto a tal distinção e cria-se uma relação recíproca de confiança onde o indivíduo confia no jornal para que este forneça informação correta.

Ou seja, vivemos sobre a necessidade de autoridades epistemológicas que é inegável e aplicável a toda a população. Contudo, é exatamente devido a esta carência de conhecimento que a desinformação surge e se multiplica. A sua natureza predatória explora a falta de conhecimentos do indivíduo para proveito próprio. O facilitismo, velocidade e conveniência da Internet e das redes sociais proporcionam o ambiente ideal para que a informação falsa se espalhe se autorreproduza.

Dito isto, existe uma necessidade real de capacitar o sujeito com habilidades epistemológicas adequadas. Escolhemos utilizar “adequadas” porque, como já vimos, é necessário reconhecer quando uma informação merece mais consideração e, de igual modo, reconhecer quando não é preciso. Acreditamos que o equilíbrio entre estes dois elementos é uma potencial resposta eficaz para o problema da desinformação.

Tendo em conta os pontos anteriores, podemos afirmar que a desinformação, pela sua natureza histórica (não é recente), os meios pelos quais se reproduz (digitalmente e em massa) e os possíveis efeitos nefastos na sociedade² e instituições democráticas, constitui um tema que requer uma análise profunda. Este trabalho pretende detalhar as características da desinformação, a sua relação com o jornalismo e como surge como um problema essencialmente epistemológico

Neste contexto, considerou-se pertinente o desenvolvimento deste trabalho para uma melhor compreensão do fenómeno da desinformação e contribuir para a identificação de medidas de decisão atuais para respostas adequadas. Pretende-se também fortalecer bases concetuais existentes e perceber, no caso específico dos estudantes de comunicação de uma instituição de ensino superior em Portugal, as perceções e autoperceções que possuem face à desinformação.

²² “Lies spread faster than the truth.” (Vosoughi, Roy & Aral, 2018, p.1).

A atualidade do tema e a sua omnipresença no domínio social e político justificam a pertinência e a necessidade de uma análise mais profunda. A desinformação tem sido bastante abordada pelo meio científico, mas carece de observações profundas em alunos do ensino superior, especialmente futuros profissionais de comunicação. Acreditamos que ao identificar as bases epistemológicas destes estudantes e compreender possíveis forças e fraquezas, poderá permitir a identificação de estratégias e medidas para as colmatar e aperfeiçoar de modo orgânico e sustentável.

Os resultados desta investigação poderão ser úteis a instituições de domínio público e privado, especialmente as de ensino, que poderão utilizar os dados obtidos para realizar os ajustes que considerarem necessários na sua oferta curricular de modo a melhor preparar os cidadãos para um futuro que nos demonstra, neste momento, ser essencial possuir a capacidade de distinguir histórias verdadeiras de histórias falsas, assim como elevar o padrão qualitativo de informação de modo a minimizar os efeitos da desinformação no normal funcionamento democrático e social.

Julgamos que a análise da perceção de futuros profissionais da comunicação é apropriada para o estabelecimento de um padrão de conhecimento que pode ser utilizado tanto como objeto de medição e comparação com o resto da população e também para a criação de metas tangíveis a atingir em relação à desinformação em Portugal. Esperamos que os resultados obtidos possam ser utilizados para linhas de investigação futuras para próximos estudos referentes a *fake news* e também como possíveis orientações para o combate à desinformação.

Questão de investigação e objetivos do estudo

Como guia de orientação, a questão de partida pretende orientar o presente trabalho e delimitar o objeto de estudo. Como tal, com esta investigação pretende responder à pergunta: “Que perceção têm os estudantes e professores de comunicação do ensino superior em relação ao fenómeno da (des)informação?”.

Considerando a questão de partida, os objetivos desta investigação são os seguintes:

- Identificar hábitos dos estudantes em relação ao acesso e consumo de informação online;
- Identificar os meios onde os estudantes assistem à disseminação de *fake news*;

- Verificar o nível de conscientização dos alunos face ao fenómeno da desinformação;
- Tentar definir o que se entende por *fake news*;
- Verificar as bases epistemológicas, comportamentos e perceções dos alunos em relação à desinformação;
- Conhecer a opinião de docentes da área da comunicação em relação ao fenómeno da desinformação;
- Apurar que meios são considerados mais eficazes no combate à desinformação;
- Conhecer a opinião dos docentes em relação aos seus estudantes na relação destes com a desinformação

Limitações do estudo

Para alcançar os objetivos supracitados realizou-se um estudo de caso, tendo-se usado métodos quantitativos e qualitativos: realização de um questionário a alunos de um curso de licenciatura em comunicação de uma instituição de ensino superior em Portugal e realização de entrevistas a docentes da mesma instituição.

Compreender as limitações deste trabalho é essencial para o entendimento dos resultados e das conclusões apresentadas. Assim, a nossa amostra (n=139) apresenta um desequilíbrio de género (~70% feminino vs ~30% masculino) e abordou apenas alunos de comunicação de uma única Instituição de Ensino Superior. Isto significa que não é representativo da população portuguesa e não pode, igualmente, ser extrapolado para todos os alunos do ensino superior. No entanto, o ensino superior em Portugal é constituído maioritariamente por estudantes do sexo feminino, especialmente nas áreas da educação (78,4%), Artes e Humanidades (60%), Ciências Sociais, Comércio e Direito (60,5%), Agricultura (56,8%) e Saúde e Proteção Social (77%) (Pordata, 2019), pelo que a nossa amostra está de algum modo em linha com a tendência atual no ensino superior.

De realçar que o estudo foi aplicado apenas a um único curso de uma única instituição de ensino superior. A inclusão de outras licenciaturas e mais instituições de ensino superior poderia oferecer um retrato mais detalhado da perceção que os estudantes e professores do ensino superior possuem sobre desinformação. Isto provar-se-ia útil de modo a criar um panorama com possíveis comparações como por exemplo, verificar o conhecimento de alunos de comunicação sobre desinformação e averiguar possíveis diferenças de alunos de um curso diferente especializado noutra área. Ainda neste

contexto, seria pertinente verificar que cursos apresentam maior capacidade no momento de lidar com a desinformação.

De igual modo, as entrevistas realizaram-se apenas a três docentes especializados em comunicação a lecionar na mesma instituição. Estudos futuros poderão abranger maior número de alunos e professores e envolver outras instituições e cursos de diversas áreas.

Estrutura do documento

Este documento está dividido em quatro capítulos. O primeiro capítulo faz uma breve resenha histórica do jornalismo e analisa as *fake news* e os efeitos que se fazem sentir, assim como a sua ligação às *echo-chambers* e *identity politics*. A partir de uma recolha exaustiva apresentamos ainda as propostas de meios de combate que especialistas consideram necessários. Por último, a partir da posição de John Stuart Mill (1859) analisamos os méritos associados à criação e propagação de desinformação, nomeadamente se deve ser protegida pelo princípio de liberdade de expressão. No capítulo dois apresentamos a metodologia utilizada, a questão de partida e objetivos da investigação. O terceiro capítulo detalha a análise e interpretação dos dados recolhidos, os participantes do estudo e a discussão de resultados. Por último, o capítulo quatro apresenta as conclusões deste trabalho, assim como os possíveis contributos e sugestões para investigações futuras.

Capítulo I – Enquadramento Teórico

Neste capítulo abordam-se os seguintes tópicos por se considerarem ser pertinentes no âmbito desta investigação: uma breve resenha histórica do jornalismo e um retrato do jornalismo no século XXI, contextualização teórica de desinformação e *fake news*, o apelo que existe no consumo e partilha de desinformação, a relação que existe entre *echo chambers* e *identity politics*, assim como propostas de meios de combate à desinformação que identificámos. Por último realizamos uma breve análise da teoria geral do princípio da liberdade de expressão e como se aplica a informação falsa.

1.1 Breve resenha histórica do jornalismo

Historicamente, o conceito de jornalismo está ligado a algo ou alguém que mantinha um registo público e periódico de eventos num determinado período de tempo de forma sistematizada (Zelizer, 2005). Um dos registos mais antigos que se conhece de um periódico surge em 59 a.C. com a “Acta Diurna” em pleno Império Romano. Este documento, elaborado pelos *actuarii*, servia como registo de todos os eventos de relevância pública (Curwen, 2018). No oriente, encontramos também a Gazeta de Pequim, que surge na China durante o período da Dinastia Tang a partir do século VII (Monro, 1928).

No entanto, o jornalismo como hoje o conhecemos surge mais tarde no ocidente com desenvolvimentos tecnológicos que possibilitam um alcance universal através da sua produção em massa – a *printing press* ou a imprensa escrita - a partir do século XV com Gutenberg e a bíblia como o primeiro livro impresso (Rees, 2005). Esta transição permitiu, nos séculos seguintes, o estabelecimento de várias *print-shops* nos centros urbanos onde se verifica o fenómeno da imprensa como agente de mudança que envolve alterações metodológicas na coleção, armazenamento, recuperação de informação e comunicação utilizadas na Europa (Eisenstein, 1980). No caso português, é este contexto de sistematização e produção em massa que possibilita a criação do primeiro periódico português em 1641, a Gazeta, com o propósito de espalhar a notícia da Restauração da Independência por todo o território nacional (Sousa, 2008a).

Simplificando, podemos resumir a história do jornalismo em dois pontos: a sua gênese na Antiguidade Clássica e uma subsequente recuperação na Idade Moderna com o Renascimento. Podemos referir outras vertentes como as “necessárias condições técnicas” que incluem a tipografia de Gutenberg, avanços industriais e tecnológicos que permitem, por exemplo, a criação de fábricas de papel (Sousa, 2008b), assim como o papel socioeconómico que também desempenha um papel importante na criação e evolução do jornalismo moderno com a imprensa escrita a contribuir para um maior nível de alfabetização, aumento do capital e projetos de iniciativa privada e empreendedorismo, o que por sua vez aumenta o possível número de leitores e um maior número de periódicos disponíveis. Todavia, estes tópicos são indissociáveis do segundo ponto de produção e são uma consequência direta e indireta do mesmo, pelo que consideramos válida esta divisão em duas partes.

Todos os elementos supracitados contribuem para o progresso da indústria jornalística e a sua viabilidade como atividade profissional que ainda se verifica nos dias de hoje com o surgimento de novas profissões³ ligadas ao relato e comentário noticioso graças aos novos meios de comunicação (Zelizer, 2005). De igual modo, em *A History of News*, Michael Stephens (2007) avança com uma cronologia de 308 eventos, em diversas épocas históricas que, de uma maneira ou de outra, se revelam significativos para o jornalismo moderno.

Desde o surgimento da linguagem com o Homo Sapiens em 100,000 a.C.; a invenção do primeiro alfabeto pelos Cananeus em 1500 a.C. e a adição de vogais ao alfabeto canaanita por parte dos gregos em 750 a.C. que ainda utilizamos atualmente; a lenda de Fidípides em 490 a.C.; as obras de Heródoto que escreve sobre as guerras entre a Grécia e a Pérsia no que hoje é considerada “a primeira história ocidental” em 443 a.C.; em 334 a.C. Alexandre o Grande permite que soldados macedónios recém-casados voltem a casa e envia 300 escudos persas para Atenas para espalhar notícias sobre a sua vitória na Batalha do Granico; subsequentemente, em 323 a.C. e sem perder nenhuma batalha militar, Alexandre o Grande morre e o império alexandrino desfaz-se em 13 anos. Julga-se que a falta de um sistema de notícias eficaz de se propagar por todo o território tenha contribuído para esta dissolução.

³ Editores, fotógrafos, produtores, fornecedores de Internet, *bloggers*, entre outras.

Não podendo listar todos os exemplos dados por Stephens (2007) - o último é de 1996 com a cobertura das eleições presidenciais norte-americanas - consideramos essencial realçar a importância que o processo de criação e meios de propagação de notícias desempenharam em toda a história humana e como a linguagem, o registo e a propagação de informação conseguiu e ainda consegue moldar o mundo.

Atentando o ponto anterior, torna-se necessário definir o jornalismo a nível *de facto* e *de jure*. “*We’re all journalists now*” (Gant, 2007) é o título de um livro que procura desvendar o que é ser jornalista e pergunta o que diferencia um jornalista de outras pessoas que disseminam ideias e informação para o público. O mesmo autor refere a definição de jornalismo presente num dicionário como “*activity or profession of writing for newspapers or magazines or of broadcasting news on radio or television*” (Gant, 2007, p. 2) com o próprio a admitir que o foco nestes quatro meios de comunicação - jornais, revistas e a transmissão de notícias na rádio ou televisão – demonstra que o dicionário está “desatualizado” e exemplifica perguntando como se podem categorizar os artigos de opinião e os editoriais presentes nos jornais. Uma breve pesquisa por vários dicionários disponíveis *online* em 2019 apresenta uma realidade mais abrangente no que se pode entender como jornalismo. No caso do Dictionary.com (2019) verifica-se que a definição de jornalismo pode ser entendida como:

The occupation of reporting, writing, editing, photographing, or broadcasting news or of conducting any news organization as a business; a course of study preparing students for careers in reporting, writing, and editing for newspapers and magazines; writing that reflects superficial thought and research, a popular slant, and hurried composition, conceived of as exemplifying topical newspaper or popular magazine writing as distinguished from scholarly writing. (s.p.)

Por sua vez, o Merriam-Webster Dictionary (2020) define jornalismo como:

The collection and editing of news for presentation through the media; the public press; an academic study concerned with the collection and editing of news or the management of a news medium; writing designed for publication in a newspaper or magazine writing characterized by a direct presentation of facts or description of events without an attempt at interpretation; writing designed to appeal to current popular taste or public interest. (s.p.)

Em ambos os casos verificamos que a definição se expandiu para outras vertentes e reafirma a posição de Gant (2007) com esta agora a incluir mais do que os quatro meios tradicionais e também o tipo de escrita concebida para apelar ao interesse e gosto

público (Merriam-Webster Dictionary, 2020) ou escrita que “reflete uma pesquisa e pensamento superficial” que se diferencia do estilo académico (Dictionary.com, 2019) assim como o foco na atividade económica e o relato de apresentação de factos ou descrição de eventos sem tentativa de interpretação. Por outro lado, a definição de jornalismo ou a atividade jornalística em si está bem definida e regulada a nível legal em Portugal. O Estatuto do Jornalista (Diário da República, 2020) refere:

São considerados jornalistas aqueles que, como ocupação principal, permanente e remunerada, exercem com capacidade editorial funções de pesquisa, recolha, selecção e tratamento de factos, notícias ou opiniões, através de texto, imagem ou som, destinados a divulgação, com fins informativos, pela imprensa, por agência noticiosa, pela rádio, pela televisão ou por qualquer outro meio electrónico de difusão; Não constitui actividade jornalística o exercício de funções referidas no número anterior quando desempenhadas ao serviço de publicações que visem predominantemente promover actividades, produtos, serviços ou entidades de natureza comercial ou industrial; São ainda considerados jornalistas os cidadãos que, independentemente do exercício efectivo da profissão, tenham desempenhado a actividade jornalística em regime de ocupação principal, permanente e remunerada durante 10 anos seguidos ou 15 interpolados, desde que solicitem e mantenham actualizado o respectivo título profissional. (s.p.)

Por outras palavras, no caso português, o jornalismo *de facto* e *de jure* diferem. Juridicamente, é necessário definir e estabelecer os limites da atividade, mas na prática, o jornalismo, graças ao desenvolvimento tecnológico, surge numa posição interessante na medida em que parece poder ser praticado por qualquer pessoa. Esta dicotomia dificulta a distinção entre conceitos e o reconhecimento do que é jornalismo e de quem é jornalista. De igual modo, transforma o panorama da profissão numa série de áreas cinzentas que dão fruto ao tema que iremos abordar, as *fake news* e desinformação sob um novo ímpeto ligado à tecnologia que lega o seu potencial para a propagação deste fenómeno.

1.1.1 Jornalismo no século XXI: um retrato e evolução

Diversas inovações tecnológicas transformaram o modo como os indivíduos procuram e consomem notícias e informação. Parece indiscutível que as redes sociais são, atualmente, um dos principais veículos de propagação de informação, sendo que as receitas publicitárias oriundas de plataformas *online* parecem também confirmar esta tendência. A vantagem digital da informação imediata, em direto e *always-on* sobre o jornalismo tradicional levou à criação de inúmeras plataformas *online* de propagação de

notícias com atores nem sempre credíveis ou com interesses dúbios não sujeitos à regulação ou supervisão por parte de instituições oficiais.

Aliás, é a “possibilidade de rápida e facilmente identificar os órgãos de comunicação social devidamente registados junto do regulador” (Pereira et al., 2019, p. 32) que a Entidade Reguladora da Comunicação em Portugal propõe como um dos meios de combate à propagação de desinformação. Ou seja, a ERC propõe que os órgãos de comunicação social apresentem de forma “clara e intuitiva” o número de registo da ERC, que serviria como um atestado à credibilidade da informação.

Seguindo esta linha de raciocínio, uma das principais características dos meios de comunicação tradicionais é o seu papel fundamental na máquina democrática como 4º poder que se apoia na relação existente entre os leitores e as instituições propriamente ditas que criam um espaço de discussão público onde ideias rivais e interesses são debatidas até chegar a um acordo (Hampton, 2009).

A imprensa escrita foi fundamental na criação de instituições democráticas ao proporcionar um espaço de discussão público onde os cidadãos podiam participar na conversação política juntamente com os agentes de poder ou “*Politics by public discussion*” (Hampton, 2009, s.p.). Esta integração de todos os cidadãos no diálogo político graças à imprensa permitiu que esta última ganhasse o título de 4º poder ou *Fourth Estate*, uma ferramenta de supervisão do poder político em constante escrutínio pelas partes afetadas de tomadas de decisão estadistas.

Ora, apesar de já termos referido as falibilidades do jornalismo e o seu manuseio para fins nefastos em vários pontos da história da civilização, existe um esforço de implementação de “*accountability systems*” ou de responsabilização/prestação de contas por parte dos criadores de informação (Bertrand, 2018). Por outras palavras, um método de controlo de qualidade que torna o jornal ou jornalista responsável pelo conteúdo que cria e pelos efeitos que provoca.

Estes sistemas podem ser autoimpostos, ensinados, educados, avaliados e monitorizados por especialistas (Bertrand, 2018). No caso dos agentes responsáveis pela propagação de desinformação e *fake news* encontramos uma completa isenção deste tipo de sistema. O criador de desinformação não é responsabilizado pelo conteúdo

que propaga (tirando os casos previstos pela lei de cada país que podem proteger ou não o discurso de ódio, incitação à violência, entre outros). Livres desta obrigação que constringe os profissionais da comunicação, a desinformação existe sem prestar contas, cabendo ao leitor o ónus de verificação de factos, a capacidade crítica e reflexiva de conseguir distinguir o verdadeiro do falso e a procura por fontes credíveis.

Esta renovada responsabilidade por parte do recetor vai de encontro ao ponto seguinte e, por consequência ao tema principal do nosso trabalho: os meios de combate à desinformação e os esforços que estão a ser realizados para minimizar o seu impacto, nomeadamente através da educação. Existem três “perspetivas gerais em relação às *fake news*” (Cardoso, Baldi, Pais, Paisana, Quintanilha & Couraceiro, 2018) e respetivos modos de ação: a perspetiva legislativa, ao nível privado e ao nível da cidadania e literacia.

Isto é, os esforços atuais encontram-se na atualização de políticas legislativas, dar liberdade necessário a instituições privadas para resolver os problemas de desinformação nos seus próprios espaços e, por último, encarar as *fake news* como um problema que reforça atitudes e opiniões falsas (Cardoso et al., 2018).

A capacidade dos jovens para refletir sobre a informação na Internet pode ser resumida numa palavra: “*bleak*” (Wineburg, McGrew, Breakstone & Ortega, 2016, p. 4), termo que pode significar “desolador”, “deprimente”, “desanimador”, “negro”, “pessimista”, entre outros, pelo que decidimos manter o vocábulo original para que não se verifique nenhuma perda de significado na tradução. Esta escolha permite que desenhemos um retrato leal à realidade que os autores encontraram no seu estudo que incluiu 7,804 estudantes norte-americanos de 12 Estados através de vários níveis de ensino e instituições diversas, incluindo universidades de elite:

Between January 2015 and June 2016, we administered 56 tasks to students across 12 States. Our sites for fieldtesting included under-resourced, inner-city schools in Los Angeles and well-resourced schools in suburbs outside of Minneapolis. Our college assessments, which focused on open web searches, were administered *online* at six different universities that ranged from Stanford, an institution that rejects 94% of its applicants, to large state universities that admit the majority of students who apply. (Wineburg et al., 2016, p. 3).

Esta análise reforça as palavras de Michael Lynch (2016) quando este diz que a ideia de um “conhecimento democratizado”, disponível devido à enorme oferta de informação

facultada pelo desenvolvimento tecnológico, é um ideal que não requer “mais informação correta”, mas sim “pessoas que sabem e compreendem tal informação”. Isto vai de encontro ao que já referimos anteriormente quando falámos do novo papel do leitor enquanto responsável crítico da informação que consome.

Contudo, parece que ainda não estamos próximos de uma cidadania informada e que de facto, podemos estar “ainda mais longe” do que previsto (Lynch, 2016). Do mesmo modo, numa entrevista ao jornal Público, Dominique Wolton⁴, sustenta que “O jornalismo trocou a grandeza da oferta pela tirania da procura”, aludindo à crença idealista que “mais informação” representa “mais verdade” e que “toda a luta pela liberdade de informação, desde o século XVII, parte dessa premissa” (Queirós, 2016, s.p.).

Porém, na mesma entrevista Wolton acaba por admitir que “ninguém antecipou” os riscos associados ao aumento da velocidade e da concorrência, nomeadamente a relação entre a amplificação da informação disponível e os rumores aliados a teorias da conspiração por parte de “gente que se está nas tintas para informação verificada”. Por outras palavras, o significado qualitativo da informação está agora a cargo dos dois agentes tradicionais no modelo convencional da comunicação: o emissor e o recetor. Se antes existia uma confiança quase absoluta na imprensa escrita, hoje em dia cabe não só ao leitor a capacidade de refletir sobre a mensagem, o que implica elementos supracitados como educação e literacia, mas também uma obrigação acrescida por parte do emissor em confirmar os acontecimentos junto de fontes credíveis. Isto significa adotar posição resistente ao apelo da velocidade, receitas publicitárias provenientes de cliques, da concorrência ou até mesmo da opinião pública que invoca, sob o fundamento igualitário granjeado pelas plataformas *online*, que todas as opiniões têm o mesmo peso ou “uma tirania da expressão”, o que requer uma “coragem” por parte dos peritos em afirmar a sua especialidade e que, apesar das provas que o *online* é um espaço de progresso na manifestação da apreciações públicas, “não substitui as competências do militar, do cientista, do jornalista” (Queirós, 2016, s.p.).

Verificamos aqui uma alusão aos postulados de Bourdieu (1992) na sua crítica à opinião pública. Um postulado, por definição, é uma verdade indemonstrável ou um facto

⁴ “Fundador do Instituto de Ciências da Comunicação do CNRS (Centre National de la Recherche Scientifique) e director da revista internacional *Hermès* e da respectiva colecção de livros de bolso, *Les Essentiels d’Hermès*” e “autor de dezenas de obras sobre os *media*, o espaço público, a globalização, ou as relações entre ciência, técnica e sociedade” (Queirós, 2016, s.p.).

reconhecido. O primeiro postulado afirma que a aceção de que todos os indivíduos são capazes de produzir opiniões é falsa. O segundo postulado diz-nos que não podemos supor que todas as opiniões são iguais e que o “acumular de opiniões” não representa a força do que é real e pode levar a distorções de significado e valor. Por outras palavras, o que assistimos, a título de exemplo, como demonstrações de indignação nas redes sociais partilhadas por milhares de pessoas não representa necessariamente uma verdade ou um interesse de relevância pública. Isto aplica-se à propagação viral de notícias, *fake news* e desinformação que é contestado igualmente através do terceiro postulado ao evidenciar que não é por muita gente fazer a mesma pergunta ou realçar o mesmo tema ou partilhar a mesma informação que está implícito o consenso entre os problemas que merecem ser tratados ou que existe um acordo geral sobre as perguntas certas a fazer (Bourdieu, 1992).

Todavia, é inegável que o *online* e as redes sociais facultaram plataformas de polarização sociopolíticas com a repetição de opiniões, onde perguntas e respostas se unem numa relação de amizade. Por exemplo, pessoas com perspetivas liberais consomem e partilham “*liberal-leaning media stories and opinions*” (Lynch, 2016, s.p.). Por sua vez, os conservadores fazem o mesmo⁵, o que confirma a Internet como uma ferramenta que sustém toda e qualquer reivindicação, mesmo que infundada ou falsa: “É simultaneamente o melhor verificador de factos e o melhor confirmador de *bias* do mundo – muitas vezes ao mesmo tempo” (Lynch, 2016, s.p.).

Esta possível manipulação de factos e informação leva a efeitos nefastos quando qualquer declaração é passível de ser desmentida com desinformação difundida por agentes dedicados à prática, mesmo que corresponda à verdade e passível de verificação. Manifestações de opinião pública já não geram discórdia entre valores ou factos, mas sim sobre a fonte de factos utilizada e qual é a correta⁶ (Lynch, 2016), o que simboliza um afastamento da razão.

Continuando este raciocínio, reiteramos a necessidade de uma educação e formação adequada de forma a combater a desinformação, assim como o desenvolvimento de

⁵ Possível sinal de criação de *echo chamber*.

⁶ “We disagree over whose source — whose fountain of facts — is the right one. And once disagreement reaches that far down, the daylight of reason seems very far away indeed.” (Lynch, 2016, s.p.)

instrumentos adequados de mitigação. Verificamos um aumento nos padrões de qualidade aceitáveis no que concerne o relato noticioso, mas a dificuldade continua em saber distinguir fontes reais e falsas.

Revela-se necessário que as instituições aperfeiçoem o método de criação e obtenção de informação assim como o papel dos professores no ensino da distinção entre fontes credíveis e falsas. Posição reiterada por Pereira et al. (2019), como uma das medidas de combate à desinformação, que indica a necessidade de uma maior taxa de literacia mediática e digital (LMI) na população ao supor que “cidadãos conscientes e informados são também cidadãos mais exigentes” (p. 48) o que, por sua vez, leva a uma maior descredibilização da indústria sustentada pela “aceleração da circulação de informação”, uma crise de sustentabilidade devido à quebra de receitas publicitárias e a dependência das mesmas e, por último, a “precarização da profissão de jornalista”.

Todas estas condições contribuem para que o papel da imprensa como 4º poder, de “*watchdog*” de ações governativas se tenha perdido junto do público, passando a ser visto como parte do próprio “sistema que engana e oprime os cidadãos” (Pereira et al., 2019, p. 48). O enorme fluxo de informação disponibilizado pelo desenvolvimento tecnológico que democratizou a comunicação, dando voz e plataforma a qualquer e toda opinião, credível ou não, verdadeira ou falsa, aliado a um sistema económico insustentável que torna as organizações de comunicação social reféns de interesses corporativos através da dependência das receitas publicitárias e que, por sua vez, diminui a profissão do jornalista e incita uma crise profunda e sistemática que cria um espaço propício a agentes de desinformação, aparentemente independentes, desapegados do poder ou conveniências económicas, proliferam e encontram oportunidades ideais junto de cidadãos cansados dos meios de comunicação tradicionais que procuram alternativas e validação de opiniões próprias em ambientes alternativos isentos de supervisão, regulação e de *accountability* (responsabilização/prestação de contas) o que resulta num relato noticioso falacioso, com fontes dúbias e informação falsa.

Podemos perguntar então, qual o papel que os meios de comunicação tradicionais ou órgãos de comunicação social devidamente registados, regulados e supervisionados pela ERC desempenharam na génese da desinformação e se não foram eles próprios uma das causas para a descrença coletiva no jornalismo. Pereira et al. (2019) refere

que “o rigor informativo é o baluarte do jornalismo” (p. 55), acrescentando que este é um dos princípios históricos que orientam a prática jornalista. Ora, como já aludimos na história do jornalismo, a falta de rigor informativo não é um fenómeno recente e a disseminação de informação encontrou-se muitas vezes ao serviço de poderes políticos e económicos.

Os princípios de jornalismo objetivo e equilibrado surgem apenas com a primeira guerra mundial como uma reação contra a propaganda que a ajudou a propagar e, mais tarde, o crescimento das relações públicas corporativas nos anos 20 (Lazer et al., 2018). Um pouco antes, nos finais do século XIX, o “mundo dos jornais estava profissionalizado e constituía uma importante atividade económica” (Trindade, 2006, p. 50). Por sua vez, no Norte da América, o jornalismo continuava como um aparelho autocrata que controlava a política democrática (Sinclair, 2003).

Journalism is one of the devices whereby industrial autocracy keeps its control over political democracy; it is the day-by-day, between elections propaganda, whereby the minds of the people are kept in a state of safe acquiescence, so that when a crisis of an election comes, they go to the polls and cast their ballots for either one of the two candidates of their exploiters. Not hyperbolically and contemptuously, but literally and with scientific precision, we define journalism in America as the business and practice of presenting the news of the day in the interest of economic privilege. (Sinclair, 2003, p. XXIII).

Apesar de só se verificar na prática num contexto pós-primeira guerra mundial, os primeiros sinais de um novo ideal de jornalismo surgem em 1908 na América do Norte, uma mudança na área oficializada pelo estabelecimento de instituições de ensino superior dedicadas ao estudo e organização da profissão com a Escola do Jornalismo de Missouri da Universidade de Missouri a ser a primeira a oferecer um programa académico dedicado ao tema (Winfield, 2008).

Até então, o jornalismo era alvo de debate sobre se a indústria servia apenas um propósito comercial ou se podia ser uma profissão “*with a greater calling and social responsibility in a democracy*” (Winfield, 2008, p. 1). Na Europa, é em França de 1899 que surge a primeira Escola Superior de Jornalismo e em Portugal, apesar do Congresso Internacional da Imprensa de 1898 ter iniciado o debate sobre a educação profissional do jornalismo, encontramos um vazio de informação sobre o tópico até 1941 (Sobreira, 2003). Existem sinais primários para a criação de uma Escola de Jornalismo em Portugal em 1921, mas foi “condenada à nascença pelo director do *Comércio do*

Porto”, que defendia a futilidade de tais instituições (Sobreira, 2003, p. 69). Somente em 1962 se verificam as “primeiras experiências de formação” (Sobreira, 2003, p. 69) jornalística em Portugal que desaparecem por completo até 1966 e 1968. É apenas em 1979, após grande contestação e dedicação por parte dos jornalistas da nova geração, que é criada a primeira licenciatura em Comunicação Social em Portugal na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa (Sobreira, 2003).

1.2 O Fenómeno das Fake news e da desinformação

A Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) associa *fake news* ao conceito de desinformação afirmando que consiste em “(...) toda a informação comprovadamente falsa ou enganadora que é criada, apresentada e divulgada para obter vantagens económicas ou para enganar deliberadamente o público, e que é suscetível de causar um prejuízo público” (Pereira, Puga & Azevedo, 2019, p. 2). Como prejuízo público, clarificam que é qualquer ato que “abrange ameaças aos processos políticos democráticos e aos processos de elaboração de políticas, bem como a bens públicos, tais como a proteção da saúde dos cidadãos da U.E., o ambiente ou segurança” (Pereira et al., 2019, p. 2).

O conceito de *fake news* também pode ser definido como informação fabricada que imita conteúdo jornalístico no seu formato, mas não no seu processo organizacional ou intuito e encontra sobreposições com outros “distúrbios de informação” como a “*misinformation*” e a “*disinformation*” (Lazer et al., 2018, p. 2). Ou seja, o procedimento na criação de *fake news* está ligado à falta de normas editoriais e processos que facultam informação rigorosa e credível que os órgãos de comunicação social possuem e, em teoria, incorporam em todo o decurso criativo na prática noticiosa.

Na língua portuguesa não encontramos ainda esta distinção entre *misinformation* e *disinformation*, caindo tudo no espectro do conceito de desinformação. Enquanto *misinformation* pode ser considerada informação falsa ou enganadora, falta a intenção de enganar deliberadamente o leitor como no caso de *disinformation*. Por outro lado, surge “*problematic information*” (Jack, 2017) como um novo termo neste enquadramento conceptual.

Uma notícia “por definição não é falsa” (Pereira et al., 2019, p. 1). Este fator qualitativo remete-se para narrativas que se anunciam como notícias e criadas com uma mistura de conteúdo verdadeiro e copiado de outras publicações com partes “imprecisas, enganadoras, concebidas, apresentadas e promovidas para intencionalmente causar dano público ou obter lucro” (Pereira et al., 2019, p. 1).

Aqui surgem os primeiros problemas na definição de *fake news* e os atributos que as distinguem do seu contraponto natural, as notícias reais, muito em parte porque todos os elementos das *fake news* encontram semelhanças em artigos legítimos. Se um dos

problemas é a desinformação através da utilização de linguagem enganadora e informação falsa por parte dos criadores de *fake news* isso significa automaticamente que as notícias de jornais conceituados são verdadeiras? Como já vimos, a resposta a esta pergunta é negativa com a dificuldade a residir na intenção do criador (se é propositada ou intencional). Se outro dos problemas é a obtenção do lucro, isso significa que o papel dos periódicos existentes é exclusivamente altruísta sem ter em vista vantagens económicas, maior número de vendas, cliques e receitas publicitárias? Se as *fake news* pretendem avançar com uma agenda própria, podemos afirmar sem margem de dúvida que todo e qualquer artigo escrito por um jornalista não tem uma predisposição subjetiva quer por parte do autor, quer por parte da linha editorial do jornal ou até pelo público-alvo a que se dirige?

Acreditamos que toda a informação é verificável e que o jornal, independentemente da sua reputação, não se rendeu à velocidade em detrimento da qualidade? O relato tendencioso de jornais de acordo com linhas editoriais políticas e sociais não caem sobre o mesmo teto de prejuízo público aplicado às *fake news*? A interpretação do real pelo sujeito é infalível e não propensa a falhas interpretativas subjetivas? Ou teremos de aceitar as *fake news* como um fenómeno natural inevitável que acontece com variados graus de diferença de jornal para jornal e cabe ao leitor o ónus de capacidade crítica e reflexiva para questionar determinada informação? O que pensar então sobre o sensacionalismo, populismo e demagogia e jornais conceituados que florescem graças a estes elementos?

A fabricação de histórias enganadoras não é uma ocorrência recente e todos os saltos tecnológicos que testemunhamos representam uma nova ferramenta de propagação das mesmas (Gelfert, 2018). A história do jornalismo está repleta de “*bias*, distorção, manipulação e fabricação” (Gelfert, 2018, p. 90), sendo um dos exemplos mais flagrantes desta realidade a cobertura da explosão do *USS Maine* em 1897 no porto de Havana que levou à guerra hispano-americano em 1898. Neste caso foi William Randolph Hearst, editor do *New York Journal*, um “*warmonger*” que culpou continuamente os espanhóis com o único objetivo de “excitar o público” (Gelfert, 2018).

Esta desconsideração pela verdade levou a mais de 1000 mortos e 2000 feridos. Podemos saltar um século e analisar o caso da guerra da Iraque onde a CNN e o *New York Times* foram autênticas ferramentas utilizadas pelo poder político para desenvolver

a sua própria agenda com a utilização de desinformação de modo a ganhar o apoio do público numa manobra chamada na altura como “*psychological operations*” (Love, 2007).

Por outras palavras, a partir destes exemplos, podemos concluir que *fake news* não é, de todo, um acontecimento recente e tem sido utilizado estrategicamente desde a conceção do jornalismo moderno tal como o conhecemos. No entanto, não podemos deixar de referir que existem mudanças significativas no método de propagação e criação e a forma como os atores na esfera pública as utilizam para proveito próprio. Por exemplo, *fake news* não é um termo atribuído apenas a uma história falsa ou enganadora ou a um website dedicado à disseminação de desinformação e transformou-se igualmente num meme pejorativo utilizado indiscriminadamente contra os mais variados adversários como organizações noticiosas por parte de autoridades políticas. Por exemplo, alguns dos alvos preferidos pelo atual presidente dos Estados Unidos são a CNN, MSNBC e *New York Times* (Gelfert, 2018). Isto significa que podemos utilizar o termo *fake news* como um aparelho retórico para tentar enfraquecer uma posição ou argumento oposto.

Tendo em conta a multitude do termo, é difícil chegar a uma definição clara do que constitui *fake news*. Se aceitarmos a possibilidade de que nenhum jornal é infalível no relato de histórias e que estão igualmente sujeitos a pressões internas e externas para avançar agendas, metas orçamentais ou resultados sociais específicos podemos perguntar se periódicos conceituados se enquadram como criadores de *fake news* independentemente do grau de credibilidade que detêm, quando se rendem à velocidade em detrimento da verdade.

No entanto, a problemática do tema é mais profunda e ganha contornos epistemológicos (d’Ancona, 2017). Ou seja, podemos encarar a proliferação da desinformação, *fake news* ou de factos alternativos como um sintoma de falta de confiança na pesquisa e conhecimento científico e a prevalência de um “relativismo pernicioso mascarado como ceticismo legítimo” (d’Ancona, 2017, p. 8). O voto do *Brexit*, a vitória de Donald Trump em 2016 constituem dois bons exemplos de resultados reais que a desinformação pode desencadear. Mais recentemente encontramos o caso da pandemia global causada pelo COVID-19 que tem instigado múltiplas fontes de desinformação com os resultados reais ainda por analisar.

Se aceitarmos que a problemática da desinformação e, conseqüentemente, a difusão exponencial de *fake news* é uma questão epistemológica, achamos relevante aludir ao que os especialistas chamam de sociedade pós-verdade, uma época onde “a arte da mentira está a abalar as fundações da democracia” (d’Ancona, 2017, p. 4).

O relatório da Obercom “As *fake news* numa sociedade pós-verdade” (Cardoso et al., 2018) procura “incidir alguma luz sobre a forma como a questão das *fake news* é atualmente abordada pelas instituições jornalísticas, governamentais ou empresariais, e que tipo de medidas foram tomadas – ou poderão vir a ser tomadas – para minimizar o problema” (Cardoso et al., 2018, p. 6). Gostaríamos de assinalar a pertinência do relatório como autoevidente, mas é a menção à sociedade pós-verdade que queremos aprofundar e questionar. “Um dos maiores efeitos das *fake news* e de uma sociedade permeável à pós-verdade é a relação delicada entre jornalismo factual – isto é, o que é selecionado, justificado e filtrado jornalisticamente – e o que é tido como verdade” (Cardoso et al., 2018, p. 20).

Ora, partindo apenas desde o início do jornalismo moderno, marcado por motivações económicas e suscetível à disseminação de histórias falsas que causam prejuízo público, não estaremos a viver numa sociedade pós-verdade desde então? Desde Gutenberg e o aparecimento dos primeiros jornais sancionados e censurados pelo poder político com o objetivo de espalhar notícias favoráveis ao governo?

O Inventário da Manipulação dos Média Organizados (Bradshaw & Howard, 2019) é um documento que resulta da monitorização de campanhas de manipulação dos Média organizados, por parte de governos e partidos políticos, nos últimos três anos e ajuda a explicar a prevalência da desinformação. O relatório registou que as campanhas de manipulação – através da propaganda computacional para controlar a informação, limitar a liberdade de imprensa, desacreditar opositores e reduzir a opinião pública – aumentaram quanto ao número de países acusados de as promoverem nos últimos três anos, passando de 28 em 2017 para 48 em 2018, num universo de 70 nações. Este relatório realça igualmente o poder da propaganda computacional utilizada por vários

países⁷ para influenciar assuntos externos através de plataformas como Facebook e Twitter. Aqui a China surge com especial relevância devido à sua mudança de atenção para assuntos internos para o palco global da ordem da desinformação. Os autores consideram que o recém encontrado interesse chinês em utilizar agressivamente o Facebook, Twitter e Youtube para espalhar desinformação deve levantar preocupações às sociedades democráticas.

Fake news são relativamente fáceis de desmascarar, mas encontram um elevado número de circulação (Sismondo, 2017). Perguntamos então se a atenção que recebem para distinguir entre o real e o falso significa que estamos agora a entrar numa sociedade que encara a verdade com desconsideração.

O rótulo “pós-verdade” implica um passado onde as coisas eram radicalmente diferentes e cuja perda devia ser universalmente lamentada. Ora, se analisarmos a génese, a história e a utilização do jornalismo moderno por parte de agentes políticos para efeitos nefastos e manipulação de opinião pública, não conseguimos delimitar em que ponto passámos de uma sociedade baseada na verdade para uma de pós-verdade.

Continuando, no rescaldo do referendo do *Brexit*, Brown (2016) pergunta se estamos a viver numa sociedade pós-verdade e se 2016 é o ano central numa mudança de paradigma no que concerne a verdade. A realidade de vivermos numa sociedade pós-verdade surge na maior parte dos casos como uma possibilidade com a maior parte dos peritos a empregarem o conceito com algumas reservas. Porém, como já referimos, a manipulação da opinião pública, a disseminação de desinformação e fabricação de histórias não é algo recente. O que se encontra agora em causa é a intensificação do ato e a dificuldade epistemológica que enfrentamos quando aludimos a estudos científicos e o tal “relativismo pernicioso mascarado como ceticismo legítimo” que coloca em causa toda a fundação científica e a procura do conhecimento no domínio conspirativo e não como agente potenciador de mudança mundial (d’Ancona, 2017, p. 8).

⁷ “Facebook and Twitter attributed foreign influence operations to seven countries (China, India, Iran, Pakistan, Russia, Saudi Arabia, and Venezuela) who have used these platforms to influence global audiences.” (Bradshaw & Howard, 2019, p. i)

De assinalar que assistimos igualmente a uma mudança no consumo cultural de bens de entretenimento com um maior foco em histórias distópicas, sobretudo aquelas que idealizam um poder político absoluto, total e omnipresente, sobretudo após a eleição de Donald Trump. Em 2017, no discurso de inauguração do presidente norte-americano, quando os números oficiais do público presente não corresponderam à verdade (muito menores do que esperados e relatados pela Casa Branca) Kellyanne Conway, conselheira da administração Trump, defendeu a posição oficial – dada por Sean Spicer “*This was the largest audience to ever witness an inauguration – period!*” (CNN, 2017) como “factos alternativos”.

Esta declaração originou um aumento de vendas na *Amazon* de “1984” um romance de George Orwell publicado em 1949 (Tuttle, 2017). Este livro retrata um futuro distópico onde o controlo do governo é total e deu origem ao termo *Big Brother* como sinónimo de um poder sempre omnipresente, à escuta e a vigiar os cidadãos (Kakutani, 2017). O sucesso de “1984” deu origem à adjetivação do nome do autor para descrever realidades distópicas onde o poder estatal é absoluto (orwelliano).

Julgas que a realidade é uma coisa objectiva, externa, que existe por si própria. Julgas também que a natureza da realidade é evidente. Quando, numa das tuas alucinações, visionas alguma coisa, conclusis que toda a gente vê o mesmo que tu. Mas eu digo-te, Winston, a realidade não é exterior. A realidade existe no espírito humano, e em mais parte nenhuma. Não no espírito individual, que pode cometer erros, e que para todos os efeitos é perecível: só existe no espírito do Partido, colectivo e imortal. O que o partido consagra como verdade, é verdade. É impossível ver a realidade excepto através dos olhos do Partido. (Orwell, 1949, pp. 250–251).

Embora não possamos afirmar uma relação de causalidade direta entre as duas circunstâncias, existe uma correlação entre a eleição de Trump e um renovado interesse por histórias distópicas onde o poder político é absoluto. Alguns exemplos como “*It can’t happen here*”, publicado em 1935, de Sinclair Lewis; “1984” de George Orwell já mencionado; “*Brave New World*” escrito por Aldous Huxley e publicado em 1932; “*Fahrenheit 451*” de Ray Bradbury, publicado em 1953; (Wheeler, 2017), e até livros adaptados para televisão/streaming como “*The Handmaid’s Tale*” por Margaret Atwood em 1985; “*The Man in the High Castle*” de Philip K. Dick em 1962; entre outros, ilustram uma massa social ansiosa por consumo de ficção reconhecível e próxima do indivíduo no seu dia-a-dia.

Por outras palavras, a era de Trump e dos factos alternativos coincidiu com uma maior procura e oferta cultural que apresentam semelhanças entre o real e a ficção o que leva a uma mudança nas atitudes políticas (Jones & Paris, 2018). Com isto queremos apenas evidenciar algumas das mudanças que observamos atualmente e realçar a possibilidade de vivermos numa sociedade pós-verdade, o que nos leva ao próximo ponto, o efeito incidental deste conflito de valores no jornalismo e na criação de informação de qualidade e a propagação de desinformação nos novos meios de comunicação *online*.

1.2.2 Porque é que as pessoas partilham desinformação?

Como já vimos, embora não sendo um fenómeno recente no mundo jornalístico, a desinformação encontrou um novo fôlego e um horizonte rico em oportunidades com o desenvolvimento tecnológico que se verificou desde o virar do milénio com a popularização da Internet e das redes sociais como veículos de qualquer e toda informação, disseminando-a junto da população sem a necessidade de recorrer a meios tradicionais como os jornais, rádio ou televisão (*old media*) que funcionavam, até então, como *gatekeepers* da informação.

Os novos meios de comunicação conduziram a um novo sentido de responsabilidade por parte do jornalista e o surgimento do cidadão jornalista (Bivens, 2008). Por outro lado, em 2019, assistimos a um ecossistema cada vez mais interligado e estruturado socialmente, o que leva a jornalistas profissionais e utilizadores não-profissionais a serem selecionados, em pé de igualdade, como curadores de notícias e *gatewatchers* (Nip, 2019). O mesmo autor argumenta que, devido ao ambiente atual que vivemos com a partilha de notícias nas redes sociais, o fator de aprendizagem com a troca de informação e a descoberta de notícias nestas novas plataformas que ultrapassa os motores de busca como condutor principal para *websites* noticiosos, tanto o papel de *gatewatcher* e curador de notícias já não é exclusivamente praticado pelo cidadão jornalista.

Isto conduz à necessidade de entender as motivações, as práticas e as consequências que a partilha de notícias nas redes sociais originam ao reconhecer que o jornalismo profissional ainda não se adaptou a estas novas mudanças e que estamos a assistir à normalização do jornalismo profissional enraizado nos *social media*. Esta normalização de procura e descoberta de notícias nas redes sociais em detrimento das fontes

tradicionais explica, em parte, o fortalecimento que os agentes de desinformação ganharam no panorama comunicativo e como o problema pode ser encarado a partir de um ponto de vista epistemológico.

Na tentativa de compreender esta perspetiva epistemológica, parece-nos necessário examinar a realidade educativa mundial, europeia e portuguesa como enquadramento. Em 2016, a taxa de literacia mundial encontrava-se a 86% e em países ocidentais como Alemanha, Itália e França o analfabetismo é virtualmente inexistente (Roser & Ortiz-Ospina, 2020).

Em Portugal, os Censos de 2011 revelam que 95% da população sabe ler e escrever – o que consiste numa das taxas mais altas de analfabetismo na Europa de cerca de 5%, mas acima da média mundial (Pordata, 2020)⁸. Em termos de escolaridade, segundo a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico (OCDE) Portugal tem o maior número de pessoas entre os 25 e 34 anos da Europa sem o 12º ano concluído com uma disparidade significativa entre género - com o masculino a chegar perto dos 40% e o feminino a 20% - (OCDE, 2019). As percentagens baixam à medida que avançamos por todos os países ocidentais, mas é a Coreia que lidera a tabela com 1% e os Estados Unidos aparecem em 9º na lista com uma percentagem inferior a 10% para ambos os géneros (OCDE, 2019, p. 44).

Apesar de podermos considerar os números portugueses alarmantes para um país da União Europeia, pretendemos apenas retratar o cenário ocidental que caminha para uma taxa de literacia e educação cada vez mais elevada.

Se considerarmos válido este último argumento, a problemática da desinformação, intimamente ligada à epistemologia e descrença, procura e aceitação de conhecimento científico, ganha força em vez de ser esmagada pelo peso da educação e informação existente e facilmente acessível devido ao desenvolvimento tecnológico que permite uma rápida verificação de factos, fontes e acontecimentos. Podemos então questionar qual o apelo das *fake news* na propagação viral de desinformação por parte de utilizadores com níveis de educação elevados, assim como os motivos de criação, propagação e partilha de narrativas falsas sobre o pretexto de relato noticioso.

⁸ Oito anos depois podemos assumir, com um certo grau de confiança, que estes números melhoraram para o caso português.

De modo a respondermos ao *porquê* ou o apelo das *fake news* junto dos utilizadores, recorreremos ao modelo sociotécnico descrito por Alice E. Marwick (2018) em “*Why do people share fake news? A sociotechnical model of media effects*”. Para compreendermos o *porquê* e o apelo das *fake news* junto dos utilizadores é necessário abordar o problema da desinformação com uma perspetiva sociotécnica dividida em três partes.

A primeira refere que os indivíduos retiram significado da informação com base no seu posicionamento social, identidade, recursos discursivos e competências. A segunda diz que a informação espalhada pelos media está estruturada de modo a espalhar os mais diversos objetivos. Por último, as configurações materiais dos tipos de consumo (jornais, televisão ou *social media*) possuem particularidades técnicas específicas que afetam a criação de significado e a troca ou partilha de informação. Isto significa que o utilizador pode e retira significado através dos *media*, mas “*they cannot simply make any meaning*” (Marwick, 2018, p. 488), acrescentando que ambientes em rede e interligados o ato de recolha e interpretação da informação é condicionado pela presença de terceiros, algoritmos e modelos publicitários que motivam os *social media*.

Por outras palavras, a nossa procura, recolha e interpretação de significado de informação é sujeita a diversos fatores internos e externos. Seguindo este modelo teórico sociotécnico, para estudar os efeitos dos *media* é necessário examinar os agentes, preferencialmente numa abordagem etnográfica para compreender práticas culturais e identidades grupais (Marwick, 2018) e, igualmente, os *media* como padrões de mensagens e conjuntos de possibilidades de ação⁹ tecnológicas que restringem ou permitem determinados significados e ações (Marwick, 2018, p. 488).

No que diz respeito aos agentes, é preciso determinar o modo como as pessoas criam significado a partir dos *media* e definir grupos específicos padrão como “*american mainstream conservatives*’ ou “*open-source software hackers*” (Marwick, 2018) estudar as suas atividades *off* e *online*, contexto social e prestar atenção ao modo como descrevem a sua utilização dos *media*.

⁹ “*affordances*”

Por outras palavras, categorizar os agentes de acordo com determinados parâmetros relevantes para a investigação sociotécnica e analisar as vivências *online* e *offline* de modo a que se consiga chegar a uma composição social e à interpretação dos fins dos percecionados de cada veículo de informação e comunicação por parte do utilizador. Estes agentes não são meros recetores de mensagem e decifram/interpretam a informação de acordo com fatores ligados ao seu estatuto social e “recursos discursos disponíveis” o que permite “compreender os papéis e significados que os media desempenham nas suas vidas” (Marwick, 2018).

No que concerne à mensagem, o modelo requer uma compreensão das mensagens do *media* para determinar padrões recorrentes, temas e presunções subjacentes de determinado grupo de mensagem como “*alt-right memes*”, “*Donald Trump’s tweet*” ou “*superhero blockbuster films*” (Marwick, 2018, p. 490), o que sugere que a comunicação realizada através da utilização dos media é polissémica ou que pode ser interpretada de várias maneiras. No entanto, continua sujeita às restrições das plataformas onde se encontra (televisão, rádio, youtube, whatsapp, etc.). Esta análise qualitativa permite uma melhor compreensão da relação entre as mensagens, poder e controlo social de acordo com o veículo de comunicação escolhido.

Por sua vez, o último passo do modelo sociotécnico proposto por Marwick (2018) descreve *affordances* ou possibilidade de ação como a perceção que o utilizador detém sobre o potencial uso de determinado objeto. Por exemplo, as mensagens típicas do Facebook diferem das que encontramos no Instagram ou Snapchat. A nível tecnológico não existe nenhuma constrição entre as três plataformas, mas cada uma revela uma perceção diferente por parte do utilizador no tipo de mensagem a utilizar. Se no Instagram há um maior foco na edição de imagens, no Snapchat a atenção vira-se para fotografias de curto prazo para um grupo mais íntimo de amigos. O utilizador tem a possibilidade de publicar a mesma imagem nas três plataformas, mas a sua perceção do que cada uma delas representa resulta numa variação de uso consoante a escolhida, o que é condicionado e moldado de acordo com normas sociais ou “*media ideologies*”: crenças sobre a maneira certa de utilização de determinado tipo de media (Marwick, 2018, p. 490).

Este modelo permite evitar abordagens deterministas à comunicação tecnológica ao reconhecer que as condições materiais ou *affordances* afetam o poder e escolha dos

agentes na receção, interpretação e emissão da mensagem. Com estes três elementos identificados e esclarecidos, a autora chega a uma conclusão “preliminar” à questão principal “*Why people share fake news*”, de que é necessária uma abordagem holística para compreendermos o apelo da desinformação e reconhecer o problema num contexto sociotécnico que admite vários fatores envolvidos na disseminação de informação falsa. Estes incluem polarização ideológica, publicidade online, focalização algorítmica, extremismos, descrença no jornalismo tradicional ou a mudança para um modelo de partilha de consumo de notícias (Marwick, 2018).

Os utilizadores tendem a partilhar *fake news* que apoiam crenças preexistentes que sinalizam a sua identidade num contexto de grupo; a propagação da desinformação ou “*successful problematic information*” está dependente de “*deep stories*” (Marwick, 2018, p. 507) - estereótipos, discursos repetidos e ideias enraizadas - propagadas pelos meios de comunicação tradicionais ou apela à polissemia da mensagem. Algoritmos e a partilha social aumentam “massivamente” a escala de propagação da problemática da informação, concluindo que o modelo demonstra que a partilha da desinformação por parte dos utilizadores não tem como objetivo espalhar “informação factual” e que não foram enganadas por *media* partidários e tendenciosos.

O que encontramos é uma visão mundial e uma perspetiva da realidade moldada por condições sociais e crenças profundas que são frequentemente “*both partisan and polarized*” (Marwick, 2018, p. 509). Ou seja, a perceção da posição do indivíduo no - e em relação - ao mundo é definida por critérios políticos polarizados ou antagonistas.

Em suma, o sujeito tende a procurar e partilhar informação que aprove a sua existência no mundo através de métodos de validação que se baseiam na interação com o outro, mesmo que essa informação seja factualmente errada. Esta necessidade de aprovação não é recente. Em 1899, Victor Yarros previu a ligação entre a posição política e a criação identitária superior à verdade, ainda que de forma rudimentar, impulsionada pelos meios de comunicação social:

The independence which society has a right to ask is that independence which places truth above partisanship and does not hesitate to censure friends or to recognize merit in adversaries. "My party right or wrong," "My school right or wrong," are vicious watchwords. Parties are means to certain practical ends; schools are means to theoretical ends. Each of us is entitled to present the faith that is in him, and if he establishes an organ for the purpose of promulgating

and defending his beliefs, he not only acts rightly, but really renders a service to humanity. Out of conflict and controversy, provided fair play is observed, the truth emerges. In free and earnest discussion theories are tested, and the foundations of accepted beliefs subjected to a rigorous examination. The fittest survive, and the result benefits all. (Yarros, 1899, p. 377).

Estas considerações levam-nos ao ponto seguinte, a criação das *echo chambers* e a prevalência de *identity politics* sustentadas pelo modelo de desinformação ou a informação problemática que encontrou um novo chão sob a alçada do desenvolvimento tecnológico.

1.2.3 A relação entre desinformação e echo chambers e identity politics

Echo Chambers ou Câmaras de Eco surgem quando o indivíduo é exposto apenas a opiniões concordantes com a sua e é, atualmente, uma preocupação no discurso político em países democráticos (Garimella, De Francisci Morales, Gionis & Mathioudakis 2018). Ou seja, a opinião partilhada na câmara é reproduzida vezes sem conta por um determinado grupo da população com falhas epistemológicas fundamentais que podem provocar lacunas de informação e conhecimento.

Ora, um espaço que não promove um conflito de ideias, mas sim apenas a validação do 'eu' na relação com os outros, independentemente do que é objetivamente verídico, está igualmente ligado ao tema epistemológico. No entanto, encontramos uma divisão entre estes dois tópicos – *echo chambers* e epistemologia (Nguyen, 2018). Embora funcionem de maneira semelhante na medida em que exageram a confiança dos sujeitos nas suas crenças pessoais e, de igual modo, na exclusão de informação a que estão expostos ou, por outras palavras, "exposição seletiva", as câmaras de eco promovem um ambiente que não *confia* no lado oposto, enquanto que as bolhas epistemológicas fomentam uma esfera que não *ouve* o outro lado.

Ambas ganham força e relevância na utilização de plataformas digitais com fins sociais que, atualmente, funcionam como procura e propagação de informação o que, por sua vez, leva a uma probabilidade reduzida de um sujeito se deparar com opiniões contrárias ou conflitantes às suas, pois existe uma tendência nas relações de interpessoais, especialmente nas de amizade, de convergências de opinião e a exclusão de pessoas que não partilham os mesmos interesses ou ideias. Indo mais longe, Nguyen (2018) equipara as câmaras de eco a um culto/seita afirmando que um culto isola os seus

membros ao alienar e vilipendiar fontes externas e direciona a confiança dos mesmos para vozes dentro do grupo:

A cult isolates its members by actively alienating them from any outside sources. Those outside are actively labelled as malignant and untrustworthy. A cult member's trust is narrowed, aimed with laser-like focus on certain insider voices (Nguyen, 2018, s.p.).

A distinção entre câmaras de eco e bolhas epistemológicas parece simples, mas é importante realçar que uma parece mais prejudicial do que a outra, mesmo que se baseiem no mesmo sistema de desinformação. No caso epistemológico, opiniões contrárias são simplesmente ignoradas pelos afiliados; na câmara de eco verifica-se uma ativa procura de enfraquecer ou sabotar vozes opostas (Nguyen, 2018). É possível que ambas existam ao mesmo tempo ou que uma dê origem à outra, mas bolhas epistemológicas são surpreendentemente frágeis. Isto acontece porque na bolha epistemológica o desconhecimento de informação não exclui a inclusão de informação nova.

No caso das câmaras de eco, os participantes criam um espaço que recusa ativamente qualquer tipo de informação ou argumento contrário. Ambos os casos podem levar a resultados perigosos, mas enquanto na bolha epistemológica se reconhece uma possível ingenuidade por parte de quem participa, as câmaras de eco apresentam um carácter nefasto de recusa de consideração de opinião ou reflexão em relação a ideias opostas.

É nesta alienação e descrédito de opiniões contrárias que encontramos os paralelos com cultos ou seitas num fenómeno que, pós-doutrinação, leva a que uma simples exposição de argumentos ou ideias novas não tenha o mesmo resultado que encontra nas bolhas epistemológicas, podendo levar até a um fortalecimento de opiniões e ideias falsas (Nguyen, 2018). Aqui existe uma tendência para incentivar a “autonomia intelectual” como solução para as câmaras de eco. Ou seja, se estas existem porque os indivíduos confiam demasiado no outro, a solução é “começar a pensar por nós próprios”. No entanto, o ser humano é “irremediavelmente dependente” do outro em todos os domínios de conhecimento. Por exemplo, confiamos num mecânico para arranjar o nosso carro, no canalizador para reparar os canos, no médico para cuidar da nossa saúde, etc. Esta dependência de confiança cria uma vulnerabilidade que as câmaras de eco exploram como parasita social e explica, em parte, o porquê de

especialistas alegarem que entrámos numa sociedade pós-verdade com políticos e influenciadores a descartarem fatos e verdade.

Este fenómeno é particularmente evidente nos Estados Unidos, mas verificamos implicações mundiais. A título de exemplo, podemos avançar com o movimento anti-vacinação ou “*vaccine hesitancy*”, reconhecido como uma das dez maiores ameaças à saúde global em 2019 pela Organização Mundial da Saúde, o que levou a um aumento de 30% de casos de sarampo e o aparecimento de novos casos em países onde o vírus estava virtualmente eliminado:

Vaccine hesitancy – the reluctance or refusal to vaccinate despite the availability of vaccines – threatens to reverse progress made in tackling vaccine-preventable diseases. Vaccination is one of the most cost-effective ways of avoiding disease – it currently prevents 2-3 million deaths a year, and a further 1.5 million could be avoided if global coverage of vaccinations improved. (World Health Organization, 2019, s.p.).

Ou seja, o cultivo de capacidade de reflexão crítica e pessoal de modo a atingir autonomia intelectual não é a resposta final contra as câmaras de eco, pois dependemos da cadeia de conhecimento que abrange todos os níveis da nossa vida em sociedade. Outro fator pelo qual não nos podemos apoiar na capacidade intelectual como resposta às câmaras de eco, é a racionalidade com que os seus membros rejeitam argumentos opostos. Estes avaliam fontes e fazem perguntas críticas e o problema não é a falta de capacidade de reflexão, ou uma falha cognitiva ou a irracionalidade, mas antes o resultado de se encontrarem num grupo “sistematicamente mal informado” sobre o que constitui uma fonte credível:

And, in many ways, echo-chamber members are following reasonable and rational procedures of enquiry. They’re engaging in critical reasoning. They’re questioning, they’re evaluating sources for themselves, they’re assessing different pathways to information. They are critically examining those who claim expertise and trustworthiness, using what they already know about the world. It’s simply that their basis for evaluation – their background beliefs about whom to trust – are radically different. They are not irrational, but systematically misinformed about where to place their trust (Nguyen, 2018, s.p.).

Se o problema não reside na capacidade intelectual do sujeito e medidas de combate diretas de tentar expor e argumentar contra raciocínios lógicos baseados em fontes falsas e se não temos escolha a não ser confiar no outro e estamos dependentes da

cadeia de conhecimento que estabiliza a nossa vida, podemos perguntar qual é então a resposta para contrariar as câmaras de eco e os problemas que acarreta.

Uma das respostas possíveis reside em Descartes, ou mais concretamente, numa variação de um tema abordado pelo filósofo, a “*Cartesian epistemic reboot*” (Nguyen, 2018, s.p.), ou uma reinicialização epistemológica do *eu* que consiste em começar do zero e abandonar todas as crenças existentes de forma a criar um novo sistema. Este processo requer um esforço ativo por parte do sujeito e, mais importante, reconhecer, em pleno estado de doutrinação, que existe uma possibilidade de que todo o seu sistema de crenças e ideais pode estar errado.

Podemos assumir que esta hipótese é remota e aqui reside o grande problema que as câmaras de eco, impulsionadas pelo desenvolvimento tecnológico, representam. A dificuldade em desafiar o *self* e tudo o que o compõe ao arriscar todo o sistema social numa mera suposição de que existe outra verdade que não a sua. Quando outros estudos indicam que a exposição de informação oposta é essencial para a promoção de pensamento crítico, tomadas de decisão informadas e para prevenir ou corrigir crenças falsas ou radicalizações perigosas (Liao & Fu, 2014), podemos concluir que não existe uma única resposta certa para mitigar os efeitos da desinformação propagada por meios de câmaras de eco.

A solução cartesiana apresenta falhas, pois admite uma única resposta inteiramente dependente da vontade do sujeito doutrinado e não avança com medidas concretas por parte de quem possui a informação correta – a não ser a receção de confiança quando o sujeito consegue sair da câmara - mas os argumentos a refutar outro tipo de respostas populares como a exposição a informação oposta ou mais informação de qualidade (Pereira et al., 2019) são igualmente válidos e fundamentados.

Sendo esta análise meramente expositiva, deixaremos esta questão para estudos futuros, mas teremos em consideração as várias posições dos peritos para a continuação do presente trabalho.

Outro conceito importante no âmbito deste estudo e relacionado com desinformação é o *Identity politics* que se refere à tendência da população para se unir política ou socialmente de acordo com fatores como a religião, etnia, contexto social, orientação

sexual, entre outros, num claro afastamento do método tradicional baseado em partidos com o objetivo de uma maior autodeterminação (Heyes, 2018).

O termo não é recente, surgindo em 1979 como referência às pessoas com incapacidade (Bernstein, 2005), mas com a evolução tecnológica tem vindo a ganhar terreno, especialmente nos Estados Unidos com recentes eventos políticos (Abrams, Sides, Tesler, Vavreck, Richeson & Fukuyama, 2019). Com isto queremos fazer a ligação entre *identity politics* e *echo chambers*, ou como uma promove a outra através dos meios digitais.

A ideia principal da política identitária é reunir um agregado da população, de acordo com parâmetros arbitrários já referidos que dão origem a um conjunto de experiências em comum e partilhadas socialmente, e dar-lhe uma voz política (Bowes, 2015). Já vimos que as câmaras de eco são necessariamente um grupo de confiança que partilha um sistema específico de crenças enquanto negam visões opostas e o poder da Internet nas mãos dos cidadãos abriu a possibilidade de se poderem agrupar *online* de acordo com a sua própria visão originou uma rutura no sistema político tradicional (Polonski, 2016).

Este afastamento também provocou um aumento de movimentos extremistas devido à polarização de opiniões impulsionadas pelas redes sociais - o que vai contra a proposta de expor os cidadãos a informação contrária como meio de combate à desinformação - e atualmente pode ser considerada, neste contexto, a maior ameaça à democracia (Polonski, 2016). Por outras palavras, por via da existência de câmaras de eco e política identitária, a exposição a informação oposta pode ter o efeito contrário ao pretendido ao transformar o debate público num panorama de segregação ideológica:

The greater diversity and availability of digital content implies that people may choose to only consume content that matches their own worldviews. We choose who to follow and who to befriend. The resulting echo chambers tend to amplify and reinforce our existing opinions, which is dysfunctional for a healthy democratic discourse. And while social media platforms like Facebook and Twitter generally have the power to expose us to politically diverse opinions, research suggests that the filter bubbles they sometimes create are, in fact, exacerbated by the platforms' personalisation algorithms, which are based on our social networks and our previously expressed ideas. (Polonski, 2016, s.p.).

Contudo, outros especialistas afirmam que as *echo chambers* são um mito referindo que o problema do discurso político *online* não surge da variedade de vozes existentes, mas sim da reação subconsciente às mesmas (Robson, 2018). Outra opinião é de que o efeito das câmaras de eco é sobrestimado e que os sujeitos interessados em política possuem uma dieta mediática variada e conseguem evitar câmaras de eco (Dubois & Blank, 2018). Os estudos que apontam para os efeitos mais nefastos das mesmas são redutores porque não testam a teoria num contexto realista consistente de um ambiente mediático diverso. Ou seja, estudos anteriores pecam por serem “single media” (Dubois & Blank, 2018) ou, por outras palavras, focam-se num único contexto mediático *online* com definições e parâmetros “limitados” (Dubois & Blank, 2018). Esta noção desafia alguns dos preceitos previamente estabelecidos e avança com uma proposta ligada à literacia digital:

Whatever may be happening on any single social media platform, when we look at the entire media environment, there is little apparent echo chamber. People regularly encounter things that they disagree with. People check multiple sources. People try to confirm information using search. Possibly most important, people discover things that change their political opinions. Looking at the entire multi-media environment, we find little evidence of an echo chamber. This applies even to people who are not interested in politics. Thus, the possibility of being in an echo chamber seems overstated. Of course, there are a small number of individuals with both very low interest in politics and low media diversity for whom being stuck in an echo chamber is more likely. (Dubois & Blank, 2018, s.p.).

Embora exista contradição entre investigadores e propostas, parece evidente a ligação entre a desinformação propagada pelas redes sociais num ambiente de construção politicamente identitária e a criação de câmaras de eco. Mesmo que exista a hipótese de existir uma sobrevalorização nos números de câmaras de eco existentes ou a probabilidade de um sujeito se encontrar numa, o seu efeito é inegável e mantém-se intacto, assim como a base de operações apoiada num sistema de propagação de desinformação assente no facilitismo proporcionado por plataformas digitais como as redes sociais.

1.2.4 Meios de combate à desinformação

Apesar de já termos mencionado medidas que ajudam a mitigar o efeito e a disseminação da desinformação, impõe-se a necessidade de listarmos as mais populares para referência futura e, igualmente, verificarmos a diversidade de soluções

propostas. Como referimos anteriormente, o combate à desinformação passa por três perspetivas diferentes (Cardoso et al., 2018): ação legislativa; regulações privadas das plataformas onde a desinformação se propaga; e uma abordagem psicossocial que encara a “questão das *fake news* enquanto problema que converge e reforça atitudes e opiniões falaciosas” (Cardoso et al., 2018, p. 21).

Segundo Lazer et. al. (2018), a solução passa por duas abordagens. Em primeiro lugar, “*empowering individuals*” ou “fortalecer” o indivíduo para que este tenha a capacidade de distinguir *fake news* e notícias verdadeiras através de verificação de factos e mais e melhor educação; em segundo, mudanças estruturais de prevenção de exposição às *fake news*. Por outras palavras, alterações na raiz das plataformas digitais (e.g. redes sociais) que facilitam e promovem, por via de receitas publicitárias, a disseminação da desinformação¹⁰. Como objetivo para o futuro, avançam com a necessidade de remodelar o ecossistema da informação a nível global com uma pergunta “Como podemos criar um ecossistema e uma cultura que valoriza e promove a verdade?”.

Pereira et al., (2019) realça os verificadores de factos (*fact checking*), sugere um corte no financiamento de páginas que promovem a disseminação “designadamente as receitas publicitárias que colhem dos anúncios do Google, por exemplo.” (Pereira et al., 2019, p. 40) e considera importante fomentar o espírito crítico dos utilizadores e sensibilizá-los para a “importância de se assegurarem de que a informação que consomem provém de fontes fidedignas é essencial para o recuo do consumo e difusão de desinformação” (Pereira et al., 2019, p. 42). Realça ainda a importância de uma maior literacia mediática e digital - educação, algo que consideram “fundamental” (Pereira et al., 2019, p. 50), bem como sugerem a aposta numa maior transparência na cadeia noticiosa¹¹ de forma a que a população consiga distinguir mais facilmente fontes credíveis e que estas tenham mais relevância nos motores de busca e nas diversas plataformas digitais. A ERC sugere também que é importante desenvolver práticas de confiança nas notícias e na atividade jornalística (identificar e desvalorizar páginas de desinformação, maior rigor informativo por parte dos órgãos de comunicação social

¹⁰ “*Internet platforms have become the most important enablers and primary conduits of fake news. It is inexpensive to create a web-site that has the trappings of a professional news organization. It has also been easy to monetize content through online ads and social media dissemination. The Internet not only provides a medium for publishing fake news but offers tools to actively promote dissemination.*” (Lazer et al., 2018, pp. 3–4).

¹¹ “desde a produção das notícias à sua divulgação” (p. 51).

tradicionais¹²; e promover e reforçar a confiança do público nestes mesmos meios de comunicação), assim como diluir a desinformação com informação de qualidade e legislação adequada.

Por sua vez, a Comissão Europeia (2018) defende uma estratégia que passa por melhorar a transparência relativa à “origem da informação e a forma como é produzida, patrocinada, divulgada e direcionada” aos cidadãos (Comissão Europeia, 2018, p. 7). Sugere também a promoção da diversidade de informação de modo a que os indivíduos sejam capazes de tomar decisões “com base no pensamento crítico”, referindo ainda mais “jornalismo de qualidade”, literacia mediática e um “reequilíbrio da relação entre os criadores e os distribuidores de informação”. A Comissão Europeia relembra ainda a necessidade de promover a credibilidade da informação com ajuda de “sinalizadores de confiança” que atestem o grau de fiabilidade das páginas de informação, capazes de “oferecerem soluções inclusivas”, ou seja, respostas a longo prazo com o objetivo de sensibilizar o público para uma maior literacia mediática que implica a cooperação entre “autoridades políticas, plataformas digitais, anunciantes, sinalizadores de confiança, jornalistas e grupos de comunicação social (Comissão Europeia, 2018, p. 7).

Ainda no que respeita aos meios de combate à desinformação, Ciampaglia (2018) sublinha o papel dos cientistas sociais computacionais na criação de *bots*¹³, previamente utilizados para espalhar desinformação, concebidos, a partir de agora, de modo a propagar mensagens positivas. Por sua vez, Verstraet, Bambauer & Bambauer (2017) identificam quatro perspetivas na resposta à desinformação: “Law, Markets, Architecture / Code and Norms” (Verstraete et al., 2017, p. 2), ou seja “Lei, Mercado, Arquitetura/Código (digital) e Normas sociais” referindo que é essencial identificar o propósito da desinformação (financeiros ou enganar/desinformar).

DiFranzo & Gloria-Garcia (2017) referem o papel a desempenhar por parte das plataformas digitais aludindo a medidas concretas por parte da Google e do Facebook como parcerias com sites de verificação de factos, exclusão de páginas de desinformação nas suas redes de publicidade (corte financeiro), algoritmos que detetem automaticamente *fake news* e uma melhor U.I. (*User Interface*) que permita maior

¹² Por “tradicionais” entenda-se órgãos de comunicação devidamente registados na Entidade Reguladora. (Pereira et al., 2019, p. 57).

¹³ E.g. (BotorNot). Uma ferramenta que deteta se uma conta do Twitter é humana ou controlada por Inteligência Artificial.

controlo ao utilizador na navegação pela plataforma. Ainda de acordo com os autores, verifica-se a criação de outras ferramentas como *plugins* para *browsers* (Ghostery e DuckDuckGo) que ajudam o utilizador a permanecer anónimo e a evitar informação personalizada; e instrumentos de deteção de *bots* (BotOrNot).

Na tentativa de combater o fenómeno da desinformação, (Hardalov, Koychev & Nakov (2016) desenvolveram um sistema de distinção entre notícias verdadeiras e *fake news* a partir de uma análise linguística (contagem de n-gramas¹⁴; segundo os autores, alguns n-gramas são mais prevalentes em notícias verdadeiras e outros mais característicos de notícias falsas). Propõem também a análise das características de credibilidade como o tamanho do artigo, quantas palavras aparecem em letra maiúscula, quantas palavras começam com letra maiúscula, palavras que contêm uma letra maiúscula, quantas palavras escritas com letra minúscula, quantidade de pronomes plurais, número de pontos de exclamação, pontos de interrogação, número de *url's*, *hashtags*, entre outros.

A partir das perspetivas apresentadas anteriormente conseguimos identificar quatro abordagens gerais no combate à desinformação que, conseqüentemente, se dividem em medidas específicas e variadas:

- Ação legislativa;
- Mudanças estruturais nos ecossistemas digitais;
- Desenvolvimento de ferramentas de deteção automática;
- Educação e formação ou promoção de literacia mediática.

Contudo, com isto não queremos dizer que existam medidas exclusivas sem a existência de sobreposições nem afirmar que as que se encontram atualmente em vigor se enquadram perfeitamente nestas quatro categorias.

No entanto, julgamos que esta divisão é adequada e representativa da maior parte das ações implementadas até ao momento. A categoria que analisaremos em maior detalhe

¹⁴*In the fields of computational linguistics and probability, an n-gram is a contiguous sequence of n items from a given sequence of text or speech. The items can be phonemes, syllables, letters, words or base pairs according to the application. The n-grams typically are collected from a text or speech corpus. An n-gram of size 1 is referred to as a "unigram"; size 2 is a "bigram"; size 3 is a "trigram". Larger sizes are sometimes referred to by the value of n, e.g., "four-gram", "five-gram", and so on.* (Definitions, 2019)

neste trabalho é a da educação, pois cremos que a questão epistémica e o cultivo de sede de conhecimento verificável e verdadeiro é uma das mais pertinentes no tratamento do problema da desinformação, ao permitir o desenvolvimento de capacidades que o sujeito autónomo pode utilizar para pensar criticamente a informação recebida.

Não estando dependente do poder político, que tem dificuldades em acompanhar o progresso tecnológico e os novos meios de comunicação, da estrutura das plataformas e de todo o ecossistema informativo¹⁵ ou de ferramentas criadas por terceiros que caem na cadeia de dependência de confiança (Nguyen, 2018) que o indivíduo em sociedade encontra no outro, assim como o recurso a ferramentas de prevenção que, embora se apresentem como um contributo necessário e benéfico para a mitigação dos efeitos de histórias falsas, podem restringir o sujeito a um grau de confiança cega em elementos externos.

Deste modo, a educação surge, quase naturalmente, como a melhor arma contra a desinformação ao dotar o sujeito com aptidões próprias, continuamente disponíveis e rapidamente atualizáveis de acordo com avanços tecnológicos verificados e a eventual origem de novas plataformas de disseminação de desinformação.

Por outras palavras, o carácter independente atribuído ao sujeito mediante a educação e a capacidade de pensamento crítico – incluindo o caso de se encontrar numa câmara de eco e pensar criticamente apenas para validar o seu ponto de vista e não como meio de testar constantemente o seu sistema de crenças baseado em fatos fabricados, pois a simples competência demonstrada em utilizar argumentos racionais para defender o seu ponto de vista (Nguyen, 2018), mesmo que baseado em fatos falsos, demonstra uma viável possibilidade de conseguir desafiar, por si próprio, o seu sistema de crenças – juntamente com a capacidade de adaptação e evolução através de mecanismos de autoeducação, afigura-se como a resposta mais eficaz sem cair em esforços reativos, bem intencionados ou não, por parte de agentes externos que podem levar a medidas

¹⁵ De novo, a resposta dos criadores das plataformas ou por parte dos responsáveis pelos veículos de comunicação pelos quais a desinformação se propaga é tardia e ocupa um plano meramente reativo no combate à desinformação e esforços proativos podem ter efeitos nefastos - e.g. censura indevida de determinados grupos cuja opinião é arbitrária e unilateralmente vista como problemática.

prejudiciais como censura e a violação de princípios democráticos como o direito à liberdade de expressão e informação.

O ónus, portanto, foca-se sobretudo no cidadão que se pretende responsável e apto a distinguir entre fontes falsas e verdadeiras e num estado de atualização permanente, algo apenas possível não pelo encobrimento da desinformação, mas pela perceção e conhecimento de que esta existe.

Nesta linha de raciocínio consideramos pertinente realizar uma breve análise sobre a teoria geral da liberdade de expressão e como esta se aplica de modo fulcral a todo o processo democrático. A defesa do princípio da liberdade de expressão inclui necessariamente a desinformação e outros tipos de discurso que podem ser considerados prejudiciais, pelo que os esforços de tentar encobrir ou ocultar os seus agentes ou tentativas de descrédito poderão ser considerados contra produtivos, sob pena de fortalecer os argumentos e ideias espalhados por estes. (Lazer et al., 2018).

1.3 Teoria geral do princípio da Liberdade de Expressão

Acreditamos que não podemos abordar o problema epistemológico da desinformação sem recorrermos a uma reação simplista e imediata que peca por falta de reflexão dos valores que compõe os pilares democráticos (*knee-jerk reaction*)¹⁶. Por exemplo, podemos rejeitar o problema da desinformação com uma solução simples: “Esse tipo de discurso devia ser banido e criminalizado e os seus autores perseguidos pela justiça”, acreditando que o problema estaria resolvido.

Ora, o princípio da liberdade de pensamento, opinião e expressão é um direito universal inerente à condição humana que deve sofrer o mínimo de regulação possível por parte do poder político. Por outro lado, podemos afirmar que os criadores de desinformação se encontram simplesmente a exercer o seu direito universal de expressão e opinião, mesmo que as intenções sejam misantropas.

¹⁶ “a quick reaction that does not allow you time to consider something carefully.” (Cambridge Dictionary, 2020)

Dito isto, torna-se necessário revelar o porquê da necessidade de proteger todo o tipo de discurso e os cuidados que devemos ter quando abrimos exceções, via restrições, do princípio universal e humano de pensamento, de expressão e opinião.

Abordar o princípio da liberdade de expressão pode ser equiparado à prática de delimitar as fronteiras da censura. Esta relação é um jogo de soma-zero ou um simples *tug of war* que define o ganho de uma parte como representativo de perda do outro. A liberdade de expressão é, igualmente, um pilar democrático fundamental proclamado pelo artigo 19º da Declaração Universal dos Direitos Humanos pela Organização das Nações Unidas (ONU) em 1948 que defende que “Todo o indivíduo tem direito à liberdade de opinião e de expressão, o que implica o direito de não ser inquietado pelas suas opiniões e o de procurar, receber e difundir, sem consideração de fronteiras, informações e ideias por qualquer meio de expressão.” (Assembly, 1949). Não sendo um documento legalmente vinculativo, serve como fundação de construção para a sociedade livre e democrática.

Por exemplo, cada país defende formalmente a liberdade de expressão, de opinião e pensamento de maneira diferente e com algumas restrições. Em Portugal, a Liberdade de Expressão é protegida constitucionalmente pelo artigo 37º e, por exemplo, nos Estados Unidos pela primeira emenda.

Voltando ao ponto inicial, o exercício da liberdade de expressão não é mais do que uma limitação de dois poderes que tentam ocupar o mesmo espaço – a liberdade de se poder exprimir e a liberdade de se poder censurar. À partida, o ato de censura assemelha-se a uma atividade repreensível e associada a regimes autoritários enquanto a liberdade de expressão está assente em todos os processos democráticos. No entanto, a nosso ver esta é uma discussão semântica. É mais fácil proclamar “liberdade de expressão” do que “censura limitada” ou “censura positiva”, embora seja isso que aconteça.

A liberdade de expressão raramente é total ou livre de consequências. Como já referimos, os países são livres de adotarem a sua própria interpretação do que está protegido sobre a liberdade de expressão e os seus limites. O caso mais flagrante é o dos Estados Unidos contrabalançado com o da Alemanha. Se no norte da América, a primeira emenda protege todo o discurso “sem exceções”, incluindo o discurso de ódio desde que este não seja “direto, pessoal ou verdadeiramente ameaçador ou

violentamente provocador” (Gjelten, 2019, s.p.), na Alemanha, enquanto igualmente protegido na constituição (artigo 5º) encontra exceções no seu código penal (secção 86a), nomeadamente na utilização de símbolos de organizações inconstitucionais como objetivo primário a proibição de representações nazis ou comunistas fora do contexto científico, investigativo ou académico.

Em Portugal, a constituição prevê possíveis infrações cometidas no exercício do direito de liberdade de expressão que ficam submetidas aos princípios gerais do direito criminal. Não querendo aprofundar as formalidades que rodeiam a jurisprudência de cada país, queremos distinguir o caso norte-americano na medida em que o cidadão pode exprimir ideais nacional-socialistas via (e.g.) protestos, indumentária, discussão e reunião sob a tutela da primeira emenda que protege a maior parte da expressão de discurso enquanto no caso alemão essa proteção encontra logo um entrave na exposição de símbolos considerados perigosos à constituição alemã. Não pretendemos, neste momento, ajuizar qual o regime constitucional ou penal mais adequado, mas sim demonstrar a dificuldade em definir o que pode ou deve ser protegido sobre o princípio da liberdade de expressão. Isto implica admitir contextos onde a censura é admissível e necessária para que o direito de expressão não entre em conflito com outros (Drake, 2018). O autor afirma ainda que a liberdade de expressão “parece uma boa ideia” até “ir longe demais” perguntando se a existência do discurso ódio, no caso específico norte-americano, justifica violações no “quase sagrado direito da liberdade de expressão” (Drake, 2018, p. 1).

O princípio de liberdade está ligado ao progresso da humanidade através de uma discussão livre, o que implica uma rejeição do argumento coercivo salvo exceções que justifiquem a sua utilização para a segurança de outros (Mill, 1859). A liberdade não encontra espaço histórico em épocas anteriores onde o ser humano se viu obrigado a recorrer a regimes tutelados pelo despotismo de obediência cega de modo a se proteger de ameaças externas.

Esta ligação entre progresso e liberdade é aprofundada quando distinguimos uma “esfera de ação” social, composta por três partes, que afeta apenas o indivíduo e, se influencia terceiros, é de um modo “livre, voluntário e com consentimento e participação informado” (Mill, 1859, p. 15). Esta esfera serve para definir o grau de liberdade de cada sociedade e é composta pelo domínio da consciência que engloba a “liberdade de

pensamento e sentimento” e a liberdade “absoluta” de opinião e sentimento em relação a “todos os temas, práticos ou especulativos, científicos, morais ou teológicos” (Mill, 1859, p. 16).

O segundo princípio refere-se à liberdade de perseguir preferências ou de “enquadrar o plano da nossa vida de acordo com o nosso próprio carácter” (Mill, 1859, p. 16), ou seja a liberdade de nos comportarmos como queremos, sujeitos às consequências que daí originem desde que não impliquem danos a terceiros mesmo que estes “julguem a nossa conduta insensata, perversa ou errada” (Mill, 1859, p. 16).

Por último, a terceira parte da esfera de ação exclusiva ao indivíduo na sociedade declara a liberdade de reunião entre sujeitos de idade própria (decidida pela lei) sem qualquer obrigação ou enganosa para qualquer propósito (exceto o de danificar o outro). Não se verificando estes três preceitos em conjunto, não se pode afirmar uma sociedade livre, qualquer que seja o seu tipo de regime¹⁷.

O direito individual à liberdade de pensamento, opinião e discussão é primordial à humanidade. Negar este direito é “roubar a humanidade” e gerações seguintes (Mill, 1859, p. 19), dado que perdemos a oportunidade de corrigir falsidades. Por outro lado, mesmo se o juízo estiver incorreto, quem a professa perde o “benefício” de ser confrontado pela verdade.

Esta posição de John Stuart Mill, há 160 anos atrás, vai de encontro a um dos meios de combate à desinformação usados atualmente (por exemplo em 2019 e 2020) e já referidos: a de exposição a informação oposta/correta. Podemos argumentar os méritos, os efeitos e até a eficácia de esta sujeição de diluir a desinformação com informação de qualidade, confrontar os proprietários de argumentos falsos com factos verificados e expor a verdade e promover o debate de ideias.

No entanto, e de acordo com o princípio da liberdade de expressão segundo Mill, o que se torna óbvio como objeto de defesa é a necessidade que o sujeito tem de professar a sua opinião sem censura ou medo de repercussões legais, independentemente do grau

¹⁷ No society in which these liberties are not, on the whole, respected, is free, whatever may be its form of government; and none is completely free in which they do not exist absolute and unqualified.” (Mill, 1859, p. 16).

qualitativo que possui, estando a sua tutela subordinada à verificação comunitária por parte dos seus pares. Por outras palavras, não cabe a nenhum órgão legislativo o poder de negar a liberdade de opinião e expressão da mesma. De igual modo, esse poder não está nas mãos de terceiros, mas sim no próprio indivíduo que, com a sua agência inerente à condição humana, exerce esse direito de forma visível através de atos e palavras com a condição *sine qua non* de não prejudicar o outro.

A opinião do sujeito, certa ou errada, é, obrigatoriamente, submetida ao escrutínio social e posiciona-se como alvo de contestação, o que apenas permite um de dois resultados: sairá reforçado ou recusado. Mill (1859) encoraja a disseminação de todas as opiniões – e aqui podemos incluir as falsas - ao admitir a falibilidade do homem, porque o poder de “ajuizar é dado ao homem para este o utilizar” (p. 20) e não podemos limitar as circunstâncias de aplicação por receio de erros. Porém, o que este argumento não prevê é um dos problemas fundamentais da desinformação: a disseminação de informação que o seu criador sabe ser falsa e espalha, não por falhas de conhecimento, de consciência ou convicção, mas por um propósito específico alheio a fundamentos cognitivos como o proveito próprio para obter lucros, avançar com agendas políticas específicas ou, se formos mais longe, simplesmente por carência de carácter (os tão aclamados *trolls*¹⁸ da Internet).

Todavia, apesar de se verificar a existência de ativos perniciosos ao exercício democrático, o raciocínio mantém-se: a liberdade de pensamento, opinião e expressão não pode ser posta em causa ou moldada e limitada de acordo como está a ser utilizada em determinada altura por alguns elementos no seu meio comunitário. Por necessidade democrática e ligada à liberdade individual - o que implica uma sociedade mais justa - não temos outra escolha a não ser acreditar no princípio da liberdade de expressão como direito intocável, quase absoluto e independente do poder político. Caso contrário, corremos o risco de cair, propositadamente, em regimes autoritários de controlo de pensamento e opinião.

Um dos primeiros sintomas de violação à liberdade de expressão, sobre o disfarce de combate ao discurso de ódio ou desinformação, aconteceu em Espanha, um país

¹⁸ “A person whose sole purpose in life is to seek out people to argue with on the Internet over extremely trivial issues. Such arguments can happen on blogs, Facebook, Myspace and a host of others.” (Urban Dictionary, 2009)

democrático e parte da União Europeia, que prendeu um indivíduo ao abrigo de uma “*gag law*” por este criticar a polícia nas suas redes sociais (Badcock, 2015). Criticado desde o primeiro dia, o governo espanhol, apesar de já ter demonstrado alguma vontade política em alterar a lei, ainda não o fez (López-Fonseca, 2018). Mais recentemente, encontramos o caso de médicos chineses que detetaram o novo vírus corona (COVID-19) nos seus pacientes e foram prontamente censurados pelo governo numa tentativa de encobrimento muito malsucedida da existência de um novo vírus. As consequências destas medidas de censura ainda estão por se descobrir totalmente, mas já se fazem sentir ao nível social, político e económico a um nível global.

O que pretendemos trazer a esta discussão é alertar para uma realidade complexa que aborda o exercício da liberdade de expressão. Se concordarmos com Mill quando este admite a falibilidade do sujeito na altura de expressar a sua opinião, temos, obrigatoriamente, de admitir que os órgãos legislativos, compostos eles próprios igualmente por seres falíveis, não estão à altura de controlar o exercício da liberdade de expressão. Caso contrário, os resultados têm o potencial de se revelar desastrosos.

Levantamos então a questão se a única alternativa é afirmar a liberdade de opinião, pensamento e expressão como um direito universal e absoluto, o que inclui, infelizmente, tipos de discurso prejudiciais à sociedade como a desinformação. Isto só acontece se admitirmos as nossas próprias falhas de julgamento e se concedermos que o poder político e jurídico se pode provar incompetente na aplicação de limitações à liberdade de expressão ou até mesmo oportunista de modo a silenciar vozes inconvenientes.

De igual modo, ao reconhecermos a falibilidade política e daí aceitarmos que é um órgão incapaz de regular com competência a liberdade de pensamento, opinião e expressão, aceitamos, simultaneamente, a falha individual do sujeito e, conseqüentemente, da sociedade e comunidade. O mesmo é perguntar quem possui a capacidade infalível de regular o direito humano de exercer a sua liberdade de expressão e opinião.

Em teoria a resposta é inconclusiva, mas na prática, como já referimos, os agentes políticos tomam para si este poder (embora e por enquanto limitados no seu raio de ação). Porém apenas um precedente ou uma exceção é suficiente para a constituição

de jurisprudência que estabeleça e abra caminho para outras prerrogativas que podem levar a um controlo absoluto do discurso por parte do estado ao estilo orwelliano.

Nesta linha de raciocínio, concordamos com a máxima de “*Free speech can be messy, but we need it*”, (Rowland, 2018, s.p.). Apesar de todas as falhas políticas que possam existir, no que concerne à prática da liberdade de expressão, a primeira emenda¹⁹ deve ser o padrão a seguir por qualquer país que se queira livre e democrático, sob pena de cair em casos desastrosos como o espanhol ou chinês que edificam obstruções abstratas ao progresso da humanidade:

The worth of a State, in the long run, is the worth of the individuals composing it; and a State which postpones the interests of their mental expansion and elevation to a little more of administrative skill, or of that semblance of it which practice gives, in the details of business; a State which dwarfs its men, in order that they may be more docile instruments in its hands even for beneficial purposes—will find that with small men no great thing can really be accomplished; and that the perfection of machinery to which it has sacrificed everything will in the end avail it nothing, for want of the vital power which, in order that the machine might work more smoothly, it has preferred to banish. (Mill, 1859, p. 106).

Por outras palavras, ao analisar os potenciais efeitos adversos que uma posição mais leniente face à desinformação pode originar, consideramos útil a noção de que não devemos temer vozes dissidentes ou discordantes. A legitimação de autoridade passa pela inclusão de todas as opiniões e pensamentos que, inevitavelmente, encontrarão entraves na confrontação com outras, daí saindo grandes feitos e proezas desempenhadas por mentes estimuladas e desenvolvidas num contexto epistemológico apropriado para o bom funcionamento democrático. Com isto queremos dizer que a “*knee-jerk reaction*” de simplesmente banir, proibir e criminalizar desinformação em nome de maior segurança pode provar-se útil para a preservação e manutenção do poder político, mas alberga consigo possíveis atropelos às liberdades individuais do cidadão.

No seu discurso inaugural em 1967, Ronald Reagan disse “*Freedom is a fragile thing and is never more than one generation away from extinction.*” (Reagan Library, 2020,

¹⁹ “Congress shall make no law respecting an establishment of religion, or prohibiting the free exercise thereof; or abridging the freedom of speech, or of the press; or the right of the people peaceably to assemble, and to petition the Government for a redress of grievances.” (Cornel Law School, 2020, s.p.)

s.p.). Por outras palavras, não podemos abrandar a luta por direitos e liberdades que ganhámos no passado e usufruímos no presente. Estando cientes do perigo que precedentes e exceções podem dar origem a restrições de liberdades e direitos individuais em nome de um bem maior, consideramos pertinente refletir nas possíveis consequências nefastas que podem originar de um *blanket ban*, justificado por uma declaração tão simples como “Isto é *fake news*”.

Contudo, apesar de acreditarmos que a desinformação deve estar essencialmente protegida pelo princípio de liberdade de exceção, não consideramos realista que este princípio esteja completamente livre de regulações políticas e que seja ilimitado ou completamente absoluto. Reconhecendo a ironia e indo contra o nosso argumento anterior, temos necessariamente de abrir uma única exceção no exercício da liberdade de expressão: a instigação à violência física. Dentro desta exceção, o limite à liberdade de expressão está condicionado à verificação de uma relação “óbvia” de causalidade entre o ato e o incitamento o que permite ao governo “punir ataques contra a sua própria existência” (Mill, 1859, p. 107).

Somos, portanto, forçados a admitir que não existe um direito de liberdade de expressão absoluto. Podemos igualmente admitir que tal não é necessário, mas apenas se acreditarmos na cadeia de dependência de confiança (Nguyen, 2018) e conhecimento essencial à vida em sociedade e se aceitarmos que as instituições encarregues de tal poder são competentes.

É neste ponto que voltamos ao nosso tópico principal: a epistemologia. Um órgão legislativo apto, uma sociedade informada, um sujeito crítico e reflexivo de informação implica, necessariamente, uma educação ou conhecimento apropriado. A partir desta premissa podemos confiar na cadeia de conhecimento e dependência e acreditar que os nossos direitos fundamentais estão protegidos por indivíduos e instituições adequadas.

Gostaríamos de concluir este ponto ao referir que a celebração do direito à liberdade de expressão por parte de John Stuart Mill em “On Liberty” (1859) mantém-se como um ideal a ser atingido, uma meta a aspirar e um elemento fulcral em todos os regimes democráticos como uma base sólida para a liberdade individual do sujeito, quer na sua esfera privada como na esfera pública.

É com esta ideia de liberdade, sustentada por John Stuart Mill que concluímos a revisão de literatura e que passamos para a parte prática da investigação. No capítulo seguinte detalha-se a metodologia adotada e descrevem-se os instrumentos de recolha de dados utilizados na realização deste trabalho.

Capítulo II - Metodologia

Este capítulo visa apresentar e justificar as opções metodológicas adotadas no âmbito deste estudo, bem como descrever os instrumentos de recolha de dados.

2.1 Opções metodológicas

A procura da verdade é o principal objetivo da investigação científica (Kothari, 2004) e o paradigma quantitativo, ao assumir uma posição positivista, implica que a ciência é caracterizada pela investigação empírica que nos permite circunscrever todo o espectro de fenómenos em indicadores empíricos representativos da verdade (Sale, Lohfeld & Brazil, 2002).

A metodologia adotada no presente trabalho assume características de estudo de caso e utilizámos os métodos quantitativos e qualitativos para a recolha de dados. A utilização do estudo de caso pode oferecer perceções que outras abordagens não permitem, nomeadamente como meio preliminar na fase de exploração da investigação e como base para estudos futuros (Rowley, 2002). O estudo de caso utiliza conhecimento proveniente de várias fontes como documentos, artefactos, entrevistas e observação (Rowley, 2002) e pode ser considerado um meio de investigação qualitativo versátil que procura responder ao “Como” e “Porquê” (Harrison, Birks, Franklin & Mills, 2017).

O estudo de caso constitui, portanto, um paradigma qualitativo de investigação num contexto prático e real que possibilita a interpretação e análise de determinado fenómeno. Isto deve-se, como já referimos, à natureza qualitativa deste tipo metodológico que coloca o investigador como principal responsável na recolha de dados com um maior foco na descrição, descoberta, classificação e comparação de dados obtidos (Tuckman, da Cruz, Lopes & Antunes, 2000).

Perante estas características considerou-se adequado realizar um estudo de caso que permite a utilização de diferentes tipos de instrumentos e, apesar da sua natureza qualitativa, utilizámos igualmente procedimentos quantitativos como a apresentação do questionário a alunos e subsequente tratamento estatístico através do software Statistical Package for the Social Sciences (SPSS). Por outras palavras, apesar de apresentar características de estudo caso por meio de utilização de entrevistas, a nossa investigação aplicou igualmente o questionário como instrumento de recolha de dados para posterior tratamento e interpretação estatística. Este questionário foi desenvolvido com base em referências anteriores (Cardoso et al., 2018; Morais & Sobral, 2019; Wineburg et al., 2016). Quanto aos instrumentos qualitativos, optou-se pela realização de entrevistas a docentes a lecionar comunicação no ensino superior.

Por sua vez, o recurso à entrevista nesta investigação adquire propriedades neopositivistas, romancistas e localistas (Qu & Dumay, 2011). Isto é, o recurso ao método qualitativo de entrevista para o nosso trabalho justifica-se por esta ser uma ferramenta de investigação (neopositivismo) que implica um encontro humano (romancismo). Por outro lado, a perspetiva localista desafia a noção da entrevista como uma “janela da realidade social” (Schultze & Avital, 2011, p. 4). Como tal, este método não ocupa um lugar privilegiado na pesquisa científica e, apesar da sua familiaridade, é “relativamente recente” (Riessman, Gubrium & Holstein, 2002, p. 2). Surge apenas como um relevante instrumento de recolha de informação num contexto pós-segunda guerra mundial que normalizou a oferta de informação e opinião por parte dos indivíduos, o que levou a uma democratização de opiniões (Riessman et al., 2002, p. 3). Apesar deste ângulo localista diminuir a pertinência da entrevista na investigação científica não invalida, por completo, os resultados obtidos. De acordo com Schultze & Avital (2011), a entrevista científica, mesmo não constituindo uma janela para a realidade, proporciona ocasiões que produzem “(...) situated and morally adequate accounts” (p. 5), que merecem reconhecimento, por parte de investigadores, no papel que desempenham na conceção de dados com propósitos científicos.

2.2 Questão de partida

Como guia de orientação, a questão de partida pretende delinear o presente trabalho e delimitar o objeto de estudo. Como tal, tentámos responder à pergunta:

“Que percepção têm os estudantes e professores de comunicação do ensino superior em relação ao fenómeno da (des)informação?”.

2.3 Objetivos da investigação

Considerando a questão de partida, os objetivos desta investigação são os seguintes:

- Identificar hábitos dos estudantes em relação ao acesso e consumo de informação online;
- Identificar os meios onde os estudantes assistem à disseminação de *fake news*;
- Verificar o nível de conscientização dos alunos face ao fenómeno da desinformação;
- Tentar definir o que se entende por *fake news*;
- Verificar as bases epistemológicas, comportamentos e percepções dos alunos em relação à desinformação;
- Conhecer a opinião de docentes da área da comunicação em relação ao fenómeno da desinformação;
- Apurar que meios são considerados mais eficazes no combate à desinformação;
- Conhecer a opinião dos docentes em relação aos seus estudantes na relação destes com a desinformação

2.4 Instrumentos de recolha de dados

O questionário aplicado (anexo I) foi validado por 6 alunos e 5 professores do ensino superior que partilharam *feedback* pertinente e recomendações úteis para a elaboração da versão final do questionário. Após os ajustes recomendados, entre eles mudanças de como algumas perguntas são colocadas e inclusão de opções adicionais de resposta, apresentámos esta versão a estudantes de comunicação de uma única Instituição de Ensino Superior, tendo estado disponível para preenchimento no período de 7 de outubro de 2019 a 17 de novembro de 2019. Todos os dados quantitativos recolhidos foram tratados através do software SPSS versão 23.

O questionário continha 35 perguntas divididas em 4 secções. Na primeira secção introduziu-se brevemente a investigação, o seu propósito e os cuidados tomados relativos à garantia da privacidade e do anonimato dos inquiridos. A segunda secção serviu para caracterizar a amostra com indicadores como a idade, género e ano letivo. Na terceira secção, as questões colocadas abordaram os hábitos de consumo de informação e comportamentos online, assim como as perceções dos inquiridos em relação à informação noticiosa online. As questões agrupadas na quarta secção pretenderam verificar o grau de preocupação, opiniões e conhecimento dos inquiridos em relação ao fenómeno da desinformação.

Relativamente às escalas utilizadas, na sua maioria, são do tipo Likert (5 pontos) e solicitam respostas de frequência, concordância e importância. Apesar de existir alguma evidência que mostra que a aplicação de escalas com mais pontos de Likert (por exemplo, 11 pontos) reduz a probabilidade de obtenção de resultados enviesados, não existe um consenso científico em relação ao número mais adequado a utilizar numa investigação (Leung, 2011). Tendo isto em consideração, decidimos pela escala de Likert com 5 pontos no questionário devido à sua natureza simétrica que inclui a possibilidade da escolha neutra e permite aos inquiridos adotar uma posição equilibrada no momento da resposta (Joshi, Kale, Chandel & Pal, 2015). Esta opinião é partilhada por outros autores que recomendam a utilização de escalas com número ímpar (Hill & Hill, 2009) e com o número mínimo de cinco escalas (Moreira, 2004). Tendo isto em consideração, acreditamos igualmente que a utilização da escala de 5 pontos apresenta um razoável número de possíveis respostas sem sobrecarregar os inquiridos.

Outro instrumento utilizado foi a entrevista científica, nomeadamente a entrevista semiestruturada (anexo II), que permitiu um maior aprofundamento de temas através de perguntas colocadas a três docentes do ensino superior a lecionar em cursos de comunicação. Para propósitos deste trabalho decidiu-se codificar os docentes entrevistados do seguinte modo: EN1, EN2 e EN3. Tentar conhecer a opinião docente está relacionado com o objetivo de compreender as perceções destes profissionais sobre os seus alunos.

A escolha pela entrevista semiestruturada deveu-se sobretudo à sua natureza menos restritiva quando comparada com a entrevista estruturada. A entrevista semiestruturada é essencialmente uma conversa que assume características menos formais do que

aquela presente numa entrevista estruturada, apesar de o entrevistador conhecer de antemão os tópicos que vão ser abordados (Fylan, 2005). Isto é, a entrevista semiestruturada possibilita uma certa liberdade no fluxo livre da conversação ao mesmo tempo que ancora os temas mais pertinentes num guião que é seguido pelo entrevistador e serve como fio condutor da interação com o entrevistado.

No nosso caso, dividimos a entrevista em 3 partes. A primeira caracterizou os docentes com indicadores de idade, percurso profissional e académico. A segunda parte procurou conhecer a opinião dos docentes em relação à desinformação com questões como “Na sua perspetiva, como é que as *fake news* encontram sucesso junto da população?” e “Na sua opinião, quais serão as melhores estratégias para combater a desinformação?”. A terceira e última parte abordou a perceção que os docentes possuem sobre os seus alunos e integrou perguntas como “Tendo em conta a sua experiência, considera que os jovens que entram no ensino superior estão preparados para lidar com o fenómeno da desinformação?” e “Na sua opinião, os alunos de comunicação no ensino superior desenvolvem as competências necessárias para lidar com a desinformação?”. Das três entrevistas realizadas, duas foram realizadas por escrito via e-mail e uma presencial com recurso à gravação áudio.

Se tivermos em conta as dificuldades que a desinformação e a prevalência das *fake news* no atual panorama social e a possível ameaça a normas democráticas justifica tentativas de esclarecimento e maior compreensão deste fenómeno. Ao abranger os alunos de comunicação, dos três anos letivos, de uma Instituição de Ensino Superior, acreditamos na pertinência deste estudo para perceber as bases epistemológicas dos estudantes. A perceção dos docentes destes alunos também se pode provar pertinente para este trabalho de modo a conseguirmos corresponder e comparar possíveis expectativas que estes professores possuem com os resultados práticos da nossa investigação.

Capítulo III – Análise e Interpretação dos resultados

Neste capítulo procedemos à análise e interpretação de dados, detalhamos os participantes do estudo e apresentamos os resultados obtidos referentes ao acesso a fontes de notícias, consumo de notícias online, consciência em relação ao fenómeno da desinformação, as bases epistemológicas dos estudantes, a eficácia dos meios de combate às *fake news*, a opinião dos docentes entrevistados e, por último, apresentamos a nossa discussão de resultados.

3.1 Participantes do estudo

Esta investigação englobou 139 alunos e 3 professores de comunicação de uma única instituição de ensino superior. Entre os alunos, 69% eram do género feminino e 31% do género masculino (figura 1) com a maior parte (75%) situada entre os 18-20 anos (figura 2). Em relação aos professores, 2 eram do género masculino e 1 do género feminino com idades compreendidas entre 30 e 45 anos e, em média, mais de 10 anos de experiência a lecionar na instituição.

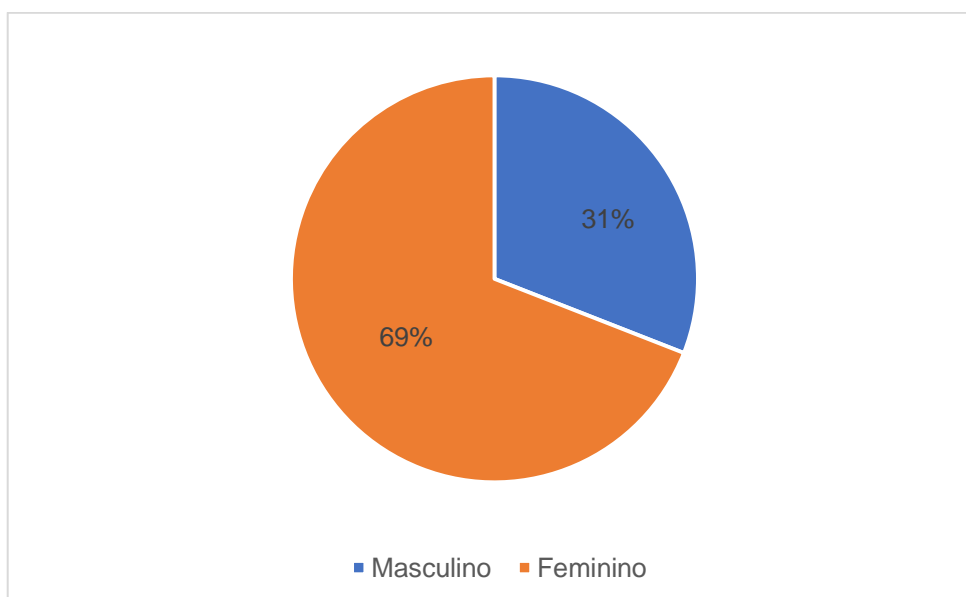


Figura 1 - Género dos estudantes (n=139)

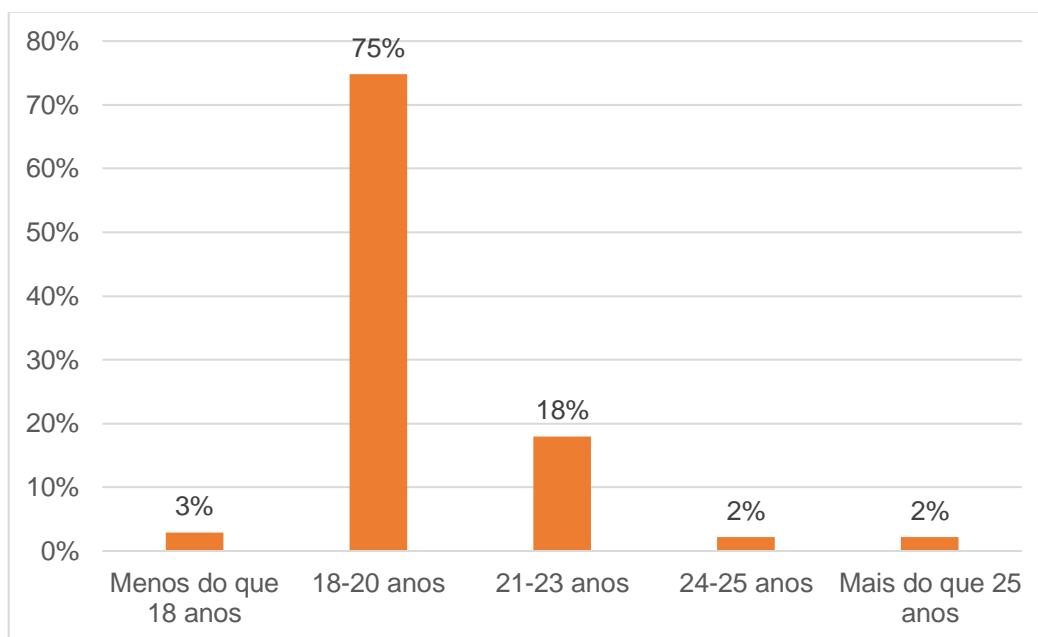


Figura 2 - Idade dos estudantes (n=139)

Em relação aos alunos, é importante salientar que a sobre representação do género feminino pode ser atribuída à hegemonia que este género apresenta na frequência do ensino superior, especialmente na área de Educação, Artes e Humanidades, Ciências Sociais, Comércio e Direito, Agricultura e Saúde e Proteção Social (Pordata, 2019). Considerando que a preponderância feminina no ensino superior é um fenómeno representativo da realidade portuguesa, acreditamos que os resultados provenientes desta amostra não sofrem deturpações de interpretação provenientes desta sobrerrepresentação.

A figura 3 mostra a distribuição do ano curricular de acordo com a idade. Obtivemos uma maior taxa de respostas junto dos alunos do 1º ano (33,1%) e 2º ano (41%). Por último, o 3º ano letivo representou 25,9% de todas as respostas obtidas no questionário.

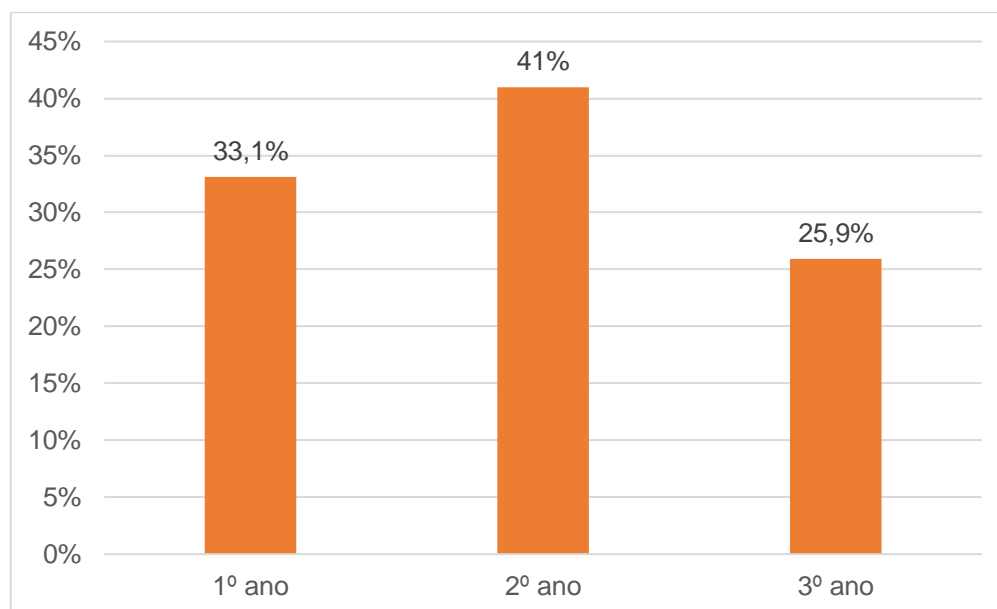


Figura 3 - Ano curricular que os estudantes estavam a frequentar (n=139)

Para além dos estudantes, participaram no estudo três docentes da mesma instituição de ensino superior, a quem se realizou as entrevistas. Todos lecionavam em cursos na área da comunicação e tinham idades compreendidas entre os 30 e os 45 anos e mais de 10 anos de experiência como professores. Em relação ao percurso académico de cada um deles, dois docentes possuem doutoramento em comunicação e um docente está a concluir o grau nesta área numa Universidade portuguesa. De realçar igualmente que o percurso profissional é semelhante entre os três entrevistados, tendo todos os docentes experiência profissional como jornalistas (imprensa e rádio).

3.2 Acesso a fontes de notícias e redes sociais

Os resultados da Tabela 1 indicam que as redes sociais (m=4,87) e Websites/apps de jornais ou revistas notícias (m=4,04) são os meios principais de acesso a fontes de notícias nos estudantes. Os menos consultados são as revistas impressas (m=2,76), blogues (m=2,84) e imprensa tradicional (m=2,88). As redes sociais apresentam, efetivamente, uma maior taxa de acesso (92,1% utilizam-nas como fonte de notícias todos os dias) em relação a outras fontes como revistas impressas (38,8% raramente usa), blogues (33,1% raramente usa) e imprensa tradicional (38,8% algumas vezes por mês). Os websites/apps de jornais ou revistas noticiosas apresentam uma taxa de acesso elevada que se pode verificar igualmente na frequência de acesso por parte dos estudantes (47,5% admite usar algumas vezes por semana e 31,7% todos os dias).

Tabela 1 - Frequência de uso de fontes de notícias (n=139)

	Todos os dias		Algumas vezes por semana		Algumas vezes por mês		Raramente		Nunca		média	dp
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
Canais de notícias 24 horas	20	1,4	73	52,5	17	12,12	23	16,5	6	4,3	3,56	1,064
Redes sociais	128	92,1	6	4,3	6	4,3	2	1,4	0	0	4,87	,494
Websites/apps de jornais ou revistas noticiosas	44	31,7	66	47,5	31	15,1	7	5	1	0,7	4,04	,859
Programas ou boletins de televisão	31	22,3	68	48,9	23	16,5	13	9,4	4	2,9	3,78	,991
Programas ou boletins de rádio	20	14,4	47	33,8	38	27,3	29	20,9	5	3,6	3,35	1,075
Imprensa tradicional (impressa)	6	4,3	28	20,1	54	38,8	45	32,4	6	4,3	2,88	,928
Websites/apps de tv e rádio	37	26,6	50	36	29	20,9	18	12,9	5	3,64	3,69	1,109
Revistas impressas	4	2,9	28	20,1	45	32,4	54	38,8	8	5,8	2,76	,939
Blogues	12	8,6	32	23	33	23,7	46	33,1	16	11,5	2,84	1,163

Os dados apresentados na Tabela 2 demonstram que as redes sociais mais utilizadas pelos estudantes são o Instagram (m=4,77) que é utilizado todos os dias por 90,6% dos estudantes, Youtube (m=4,72) com 77,7% todos os dias, Whatsapp (m=4,67) que apresenta 81,3% de acesso diário e Facebook (m=4,37) com 60,4%. As restantes apresentam alguma frequência de utilização como o Twitter (m=3,52 e 50,4% taxa de acesso diário), Pinterest (m=2,59, sendo que 31,7% nunca acede), Snapchat (m=2,29 e 41% nunca utiliza). De acordo com as respostas, o Tumblr (m=1,42) é a plataforma menos utilizada pelos estudantes (73,4% admite que nunca usa esta rede).

Tabela 2 - Utilização das redes sociais pelos estudantes (n=139)

	Todos os dias		Algumas vezes por semana		Algumas vezes por mês		Raramente		Nunca		média	dp
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
Facebook	84	60,4	36	25,9	8	5,8	9	6,5	2	1,4	4,37	,958
Tumblr	1	0,7	5	3,6	9	6,5	22	15,8	102	73,4	1,42	,825
Twitter	70	50,4	17	12,2	3	2,2	13	9,4	36	25,9	3,52	1,738
Snapchat	16	11,5	19	13,7	12	8,6	35	25,2	57	41	2,29	1,417
Pinterest	16	11,5	26	18,7	26	18,7	27	19,4	44	31,7	2,59	1,398
Instagram	126	90,6	6	4,3	0	0	2	1,4	5	3,6	4,77	,837
Whatsapp	113	81,3	14	10,1	7	5	2	1,4	3	2,2	4,67	,820
Youtube	108	77,7	24	17,3	6	4,3	1	0,7	0	0	4,72	,578

Em relação ao acesso a notícias nas redes sociais (Tabela 3), o Facebook apresenta uma maior taxa de consulta (m=3,99 e 49,6% acede a notícias todos os dias através desta plataforma). O Instagram (m=3,65 e 48,2% todos os dias) e Youtube (m=3,23 e 30,9% acede todos os dias) apresentam valores de acesso elevados que não se verificam em outras redes como o Pinterest (m=1,51 e 74,8% nunca acede), Snapchat (m=1,50 e 77,7% nunca acede) e Tumblr (m=1,13, 89,9% nunca acede). Estes resultados parecem indicar que há certas plataformas digitais mais propensas à disseminação de notícias do que outras e atestam a popularidade de redes como o Facebook e o Instagram.

Tabela 3 - Acesso a fontes de notícias por rede social (n=139)

	Todos os dias		Algumas vezes por semana		Algumas vezes por mês		Raramente		Nunca		média	dp
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
Facebook	69	49,6	31	22,3	17	12,1	12	8,6	10	7,2	3,99	1,274
Tumblr	0	0	1	0,7	2	1,4	11	7,9	125	89,9	1,13	,431
Twitter	41	29,5	24	17,3	6	4,3	19	13,7	49	35,3	2,92	1,707
Snapchat	9	6,5	4	2,9	3	2,2	15	10,8	108	77,7	1,50	1,119
Pinterest	4	2,9	9	6,5	6	4,3	16	11,5	104	74,8	1,51	1,038
Instagram	67	48,2	26	18,7	5	3,6	13	9,4	28	20,1	3,65	1,614
Whatsapp	36	25,9	7	5	7	5	21	15,1	68	48,9	2,44	1,703
Youtube	43	30,9	28	20,1	19	13,7	16	11,5	33	23,7	3,23	1,571

3.3 Consumo de notícias online

Os alunos demonstram um certo grau de interatividade com o conteúdo *online* como demonstrado na Tabela 4. Na altura de colocar “like”, “gosto” ou “upvote” em notícias que aparecem nas suas redes sociais, a média surge com 3,37 e 31,7% a dizer que o faz “algumas vezes”, o que pode indicar um grau elevado de interação com a informação online, como se pode verificar igualmente no momento da partilha de notícias (m=2,58 e 38,1% admite partilhar algumas vezes notícias nas redes sociais). No entanto, uma parte dos estudantes admite ler apenas os títulos das notícias (m=2,88 e 44,6% algumas vezes) e parecem não ter uma tendência natural para participar nos comentários e discussões *online* (m=1,83 e 45,3% nunca o faz).

Tabela 4 - Comportamento dos estudantes relativamente ao consumo de notícias online (n=139)

	Sempre		Na maioria das vezes		Algumas vezes		Poucas vezes		Nunca		média	dp
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
Costumo partilhar notícias nas redes sociais	6	4,3	16	11,5	53	38,1	41	29,5	23	16,5	2,58	1,035
Costumo colocar um "like", "gosto" ou "upvote", etc. em notícias nas redes sociais	26	18,7	41	29,5	44	31,7	15	10,8	13	9,4	3,37	1,181
Costumo apenas ler os títulos de notícias, sem as ler na íntegra.	3	2,2	31	22,3	62	44,6	32	23	11	7,9	2,88	,920
Participo em discussões sobre notícias (secção de comentários, fóruns, etc.)	4	2,9	4	2,9	20	14,4	48	34,5	63	45,3	1,83	,975

De acordo com as entrevistas realizadas, a opinião de um dos docentes está em sintonia com os dados obtidos em relação aos diferentes hábitos de consumo de informação. Partindo da sua observação e experiência com a geração mais jovem, o docente considera que os seus estudantes:

“(…) leem essas notícias no *feed* do Facebook. Ou seja, é tão diferente o padrão de consumo de informação deles e é tão mais rápido esse consumo de informação que eles fazem. Eu vejo os meus alunos...por vezes não leem a notícia. Leem o título e leem o *lead*. Depois têm tendência a partilhar aquilo com que às vezes eles acham que concordam ou discordam. Eu digo com que acham porque nunca leem muitas vezes a informação, concordando ou discordando do título da notícia.” (EN2).

A Figura 4 demonstra que a maior parte dos estudantes desconhece como as notícias surgem no seu *feed* nas redes sociais. As análises algorítmicas é a resposta correta e, de facto, apresentou a taxa mais elevada de resposta (35,25% dos estudantes identificou que é através deste meio que as notícias surgem no seu *feed*). No entanto, 27,34% acredita que são editores e jornalistas que trabalham para grupos noticiosos que colocam as notícias no seu *feed*, 24,46% crê que são igualmente editores e jornalistas, mas que trabalham para a própria plataforma e 12,95% simplesmente afirma que as notícias surgem de modo aleatório. Ou seja, 64,75% dos inquiridos não sabe

que as notícias surgem de modo personalizado através de análises algorítmicas efetuadas pelas plataformas.

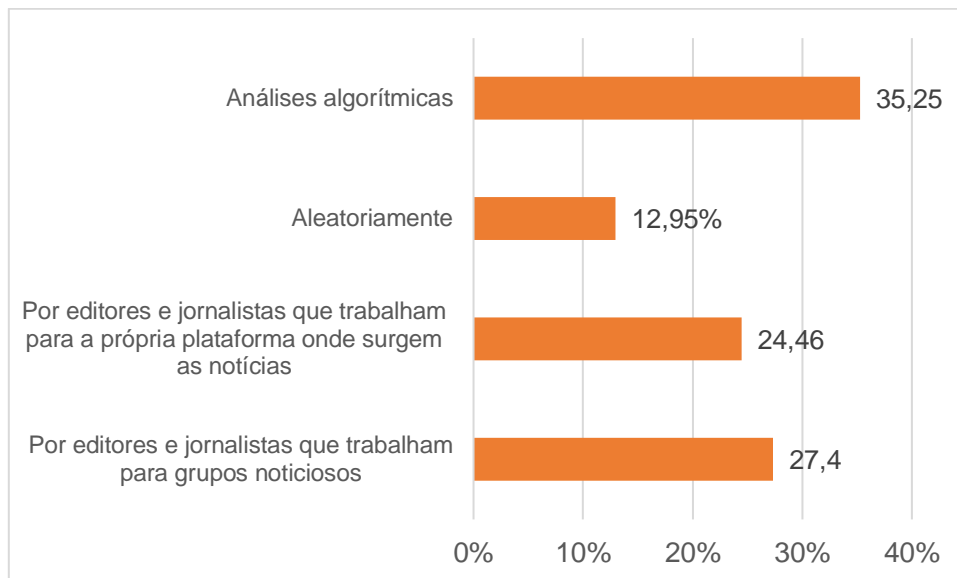


Figura 4 - Percepção dos estudantes sobre como surgem as notícias no newsfeed das redes sociais (n=139)

Os resultados apresentados na Figura 5 demonstram que existe um certo grau de desconfiança em relação às notícias que surgem nas redes sociais. De facto, 56,83% confia apenas “algumas vezes”, 29,5% “poucas vezes e 0,7% admite que “nunca” confia em notícias que são partilhadas nas redes sociais. De realçar que nenhum estudante admitiu confiar “sempre” nas notícias que surgem nestas plataformas.

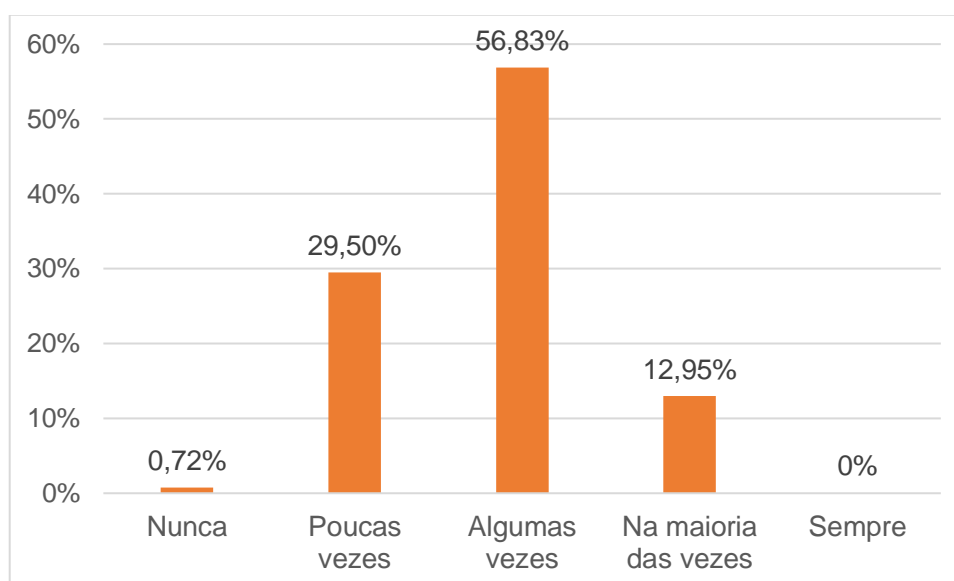


Figura 5 - Confiança dos participantes em relação às notícias que surgem nas redes sociais (n=139)

De acordo com a Tabela 5, os alunos admitem que costumam pesquisar por informação adicional quando são confrontados com uma notícia nas redes sociais ($m=3,36$), nomeadamente 41,7% revela que o faz algumas vezes e 38,8% na maioria.

Tabela 5 - Pesquisa informação adicional quando lê notícias? (n=139)

Sempre		Na maioria das vezes		Algumas vezes		Poucas vezes		Nunca		média	dp
n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
10	7,2	54	38,8	58	41,7	10	7,2	7	5	3,36	,909

3.4 Consciência em relação ao fenómeno da desinformação

Em relação ao grau de preocupação com o jornalismo e dos efeitos que a desinformação pode ter na sociedade, e de acordo com a escala 1 (nada preocupado) e 5 (extremamente preocupado) verificamos uma convergência de opiniões dos estudantes em relação à conscientização que possuem em relação ao jornalismo, desinformação e os efeitos na sociedade (Tabela 6). A média verificada em todas as respostas indica que os alunos estão cientes dos desafios que a atividade jornalística enfrenta atualmente, especialmente em relação aos efeitos que as *fake news* podem causar na sociedade que apresenta a média mais elevada (4,633) e o menor desvio padrão (0,5665). De um modo geral, os estudantes apresentam igualmente preocupação em relação à

desinformação (m=4,496) e, em menor grau, à integridade e qualidade jornalística (m=4,223 e 4,129 respectivamente).

Tabela 6 - Grau de preocupação: jornalismo, desinformação e sociedade (n=139)

	média	dp
Qualidade jornalística	4,129	,7879
Integridade jornalística	4,223	,8257
Desinformação/<i>Fake news</i>	4,496	,6850
Efeitos na sociedade causados pela desinformação/<i>Fake news</i>	4,633	,5665

Foi pedido aos alunos, por meio de resposta aberta, para justificarem a resposta relativa à sua preocupação em relação à resposta anterior (grau de preocupação relativamente ao jornalismo, desinformação e sociedade). De acordo com os resultados obtidos (Quadro 1), o grau de preocupação centra-se na importância da integridade jornalística de modo a termos acesso a informação “correta e justa”. Em relação aos efeitos causados pela desinformação, os alunos referem uma sociedade que “cada vez mais (...) acredita em tudo” e que as *fake news* produzem “ideias erradas” que encontram dificuldade no momento de avaliação de veracidade. Alguns dos inquiridos referiram igualmente o papel da educação para combater a desinformação.

Quadro 1 - Justificação grau de preocupação: jornalismo, desinformação e sociedade

Qualidade jornalística	<ul style="list-style-type: none"> • “Nem sempre os fins justificam os meios.”
Integridade jornalística	<ul style="list-style-type: none"> • “É importante que haja integridade jornalística para que a informação que chega ao público seja correta e justa.” • “Preocupa-me o facto das notícias nas redes sociais serem cada vez mais desinformadas, parece que qualquer tipo de coisa agora é notícia. Ou as notícias são fúteis e sem interesse ou então são exageradas e, como se diz, “<i>clickbait</i>”. Não deixa de haver boas notícias/boas fontes de informação, mas este fenómeno é preocupante. Na Internet agora toda a gente se pode auto denominar de jornalista e escrever “notícias” sobre o que bem lhe apetecer, inclusive coisas que a meu ver violam a integridade jornalística e o código deontológico que deveriam ser respeitados por jornalistas informados e formados.”
Desinformação/<i>fake news</i>	<ul style="list-style-type: none"> • “Cada vez mais temos uma sociedade a acreditar em tudo e a duvidar de certas coisas/pessoas e isso não deveria acontecer”
Efeitos causados pela desinformação/<i>fake news</i>	<ul style="list-style-type: none"> • “As <i>fake news</i> geram polémicas e ideias erradas na cabeça daqueles que não conseguem avaliar a veracidade das notícias que lhes são apresentadas. Isso preocupa-me, na medida em que, quanto mais pessoas existem a acreditar em notícias falsas, menos sabem do mundo que as rodeia, algo que contribui para o crescimento de ideias falsas sobre a estrutura social vigente.” • “Sempre houve <i>fake news</i>, claro que é necessário combatê-las, mas a maior parte tem a ver com a educação e cultura do povo. Quem é inteligente procura saber em vez de acreditar em tudo.”

Uma outra questão do questionário procurou perceber a opinião dos alunos em relação à ligação existente entre liberdade de expressão e *fake news*, mais especificamente se este tipo de informação deve estar protegido pelo princípio constitucional de liberdade de expressão. O modo como futuros profissionais de comunicação encaram este dilema é pertinente devido à natureza sensível da questão e pelos limites e restrições que a livre expressão acarreta. Os dados obtidos apresentam uma média de 2,971 (Tabela 7) e percentagens semelhantes. Dos respondentes, 23% concorda totalmente, 15,8% concorda e 22,4% não concorda nem discorda. Por outro lado, 12,9% discorda e 25,9% discorda totalmente. Por outras palavras, o dilema se a desinformação/*fake news* deve

estar protegida pelo princípio constitucional da liberdade de expressão foi um tópico que dividiu os alunos, existindo uma tendência para a defesa de ambas as posições.

Tabela 7 - As fake news devem estar protegidas pela liberdade de expressão? (n=139)

	Concordo totalmente		Concordo		Não concordo nem discordo		Discordo		Discordo totalmente		média	dp
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
Fake news e liberdade de expressão	32	23	22	15,8	31	22,4	18	12,9	36	25,9	2,971	1,5033

À semelhança da pergunta anterior, pediu-se uma justificação de resposta aberta (Quadro 2) para se perceber a fundamentação dos estudantes em relação à sua posição na questão anterior. As respostas assinalaram a própria natureza das *fake news*, categorizando-as como “calúnias” e, como tal, “não devem ser permitidas” ou que as *fake news* podem ser livres “até ao momento em que entram na visão da sociedade do grande público”. Outros afirmam que “cada uma é livre de dizer o que quer”, mas o mesmo não se aplica à criação de desinformação. Em relação à proliferação de *fake news* por parte de jornalistas, um aluno foi assertivo ao aludir à “consciência” que o profissional da informação deve ter no momento de execução do seu trabalho.

Quadro 2 - Exemplos de justificações relativas ao facto de “As Fake news devem estar protegidas pelo princípio constitucional da liberdade de expressão”

Fake news e Liberdade de expressão	<ul style="list-style-type: none"> • “Fake news são calúnias, não devem ser permitidas.” • “As fake news são livres até ao momento em que entram na visão da sociedade do grande público, deteriorando-o.” • “Cada um é livre de dizer o que quer, porém, estamos a falar de fake news e isso é diferente.” • “Os jornalistas devem ter liberdade de expressão, no entanto deviam ter consciência para fazer o seu trabalho corretamente e informar-se antes de lançarem uma fake news para as massas e não criar notícias falsas.”
---	---

Outra das questões que se procurou perceber através do questionário foi se, na opinião dos estudantes, existem discursos que devem ser restritos ou banidos de modo a evitar conflitos de ideias, valores e suscetibilidades (Tabela 8). Esta pergunta decorre da anterior e serviu igualmente para verificar consistência e tendência de opinião entre perguntas diferentes. Neste caso, os alunos manifestaram a mesma tendência de opinião verificada na pergunta anterior e apesar de verificarmos uma média superior a 3, o desvio padrão é elevado (1,3163) e a opção mais escolhida foi a neutra (33,8% não concorda nem discorda). Por sua vez, 20,1% concordam totalmente e 18% concordam contra 12,2% que discorda e 15,8 que discordam totalmente. Por outras palavras, os dados obtidos demonstram que esta foi outra questão que dividiu a opinião dos alunos ainda que a tendência seja para a concordância que certos tipos de discurso devem ser banidos.

Tabela 8 - Opinião dos estudantes sobre se alguns tipos de discurso ou expressões de opinião que devem ser banidos ou suprimidos (n=139)

	Concordo totalmente		Concordo		Não concordo nem discordo		Discordo		Discordo totalmente		média	dp
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
Alguns tipos de discurso devem ser banidos	28	20,1	25	18	47	33,8	17	12,2	22	15,8	3,144	1,3163

Na justificação à resposta anterior, os alunos aludiram que discursos racistas e xenófobos devem ser banidos ou suprimidos e que “devemos ter sempre cuidado com o que escrevemos” ou que “(...) por vezes certos assuntos devem ser evitados, (...) oprimir opiniões não seja a melhor solução (...)” (Quadro 3).

Quadro 3 - Justificações dos estudantes relativamente a se existem discursos que devem ser banidos

Discursos ou expressões de opinião	Não concorda	“Por muito que possa concordar que por vezes certos assuntos devem ser evitados, não creio que oprimir opiniões seja a melhor solução, temos que respeitar a liberdade de expressão de cada um, desde que essa liberdade não afecte a liberdade dos outros.”
	Concorda	“Sim, discursos racistas, xenófobos e homofóbicos, são tipos de discursos que na minha opinião deveriam ser banidos ou suprimidos, pois gerem pensamentos de ódio e comportamentos violentos” “Estou de acordo com a afirmação em cima, porque devemos ter sempre cuidado com o que escrevemos e transmitimos para a sociedade.”

A justificação da questão era de carácter opcional e, do número de alunos que decidiu justificar (Tabela 9), a maior parte (27) discordou da pergunta inicial, 11 não concordam nem discordam e apenas 9 dos 47 concordaram. Isto é, aqueles que concordaram não sentiram grande necessidade de justificar a sua resposta. Estes dados podem indicar que a sua posição de discordância em relação à afirmação pede uma explicação mais detalhada, ao contrário dos estudantes que concordaram com a afirmação de que há discursos que deviam ser banidos ou restritos de modo a evitar conflitos que não sentiram a mesma necessidade. Estes dados podem ser pertinentes em análises futuras que tratem o mesmo tópico sobre questões dilemáticas mais sensíveis para verificar se posições de concordância ou discordância entre questões que envolvem a liberdade de expressão apresentam o mesmo grau de necessidade de justificação.

Tabela 9 - Dados sobre a justificação (Há tipos de discurso ou expressões de opinião que devem ser banidos ou suprimidos de modo a evitar conflitos de ideias, valores e susceptibilidades) (n=47)

Discordância	Não concorda nem Discorda	Concordância
27	11	9

3.5 Bases epistemológicas dos estudantes

Através do questionário procurou-se também perceber as bases epistemológicas dos alunos em relação à informação e comunicação *online*, nomeadamente do tipo comparativo entre fontes legítimas e *fake news*. Como tal, a primeira pergunta nesta secção apresentou aos estudantes a página principal do diário de notícias de 19-09-2019 (sem estar identificada) de modo a conseguirmos perceber se conseguiam identificar o layout, os títulos e as fotografias tipicamente utilizadas por fontes credíveis, tal como se pode observar na Figura 6.



Figura 6 - Diário de Notícias (19-09-2019)

De acordo com os resultados apresentados na Tabela 10, os estudantes conseguiram identificar a página principal do Diário de Notícias como sendo de fonte credível (55,4%), tendo os restantes 44,6% não conseguido identificar a página como fonte legítima de informação.

Tabela 10 - Respostas dos alunos em relação à apresentação de uma imagem de um jornal conceituado (n=139)

	n	%
Não	62	44,6
Sim	77	55,4

As justificações presentes no Quadro 4 para os alunos que reconheceram como fonte credível apontam para a organização da página e a escolha dos temas estar em linha com órgãos de comunicação social legítimas. No entanto, os alunos que consideraram que não era a página principal de um jornal conceituado referiram fatores como “Títulos pouco atrativos” ou que “Tenta abordar vários assuntos (...) sem relevância”.

Quadro 4 - Justificações dos estudantes sobre se a imagem seria de uma página principal de um jornal conceituado

Sim	<ul style="list-style-type: none">• “Parece ter uma organização e uma aparência de um jornal conceituado”• “trata sobre assuntos importantes. trata de política, economia, sociedade e cultura numa só página. na página não existe espaço para mulheres nuas ...”• “À primeira vista temos uma página bem dividida. Se formos analisar pormenorizadamente podemos identificar temas relacionados a cada notícia, por exemplo, a notícia principal está inserida no "Ambiente". Podemos ver, ainda, que este jornal tem comentadores de opinião, dando alguma credibilidade à página.”
Não	<ul style="list-style-type: none">• “Títulos pouco atrativos”• “Tenta abordar vários assuntos, contudo nenhum de grande relevância para serem as notícias principais de uma homepage.”• Acho que um jornal conceituado não utilizaria esse tipo de linguagem.

No âmbito de outra questão colocada, tentou-se perceber se os estudantes seriam capazes de identificar títulos de desinformação. Conforme os resultados obtidos revelam (Tabela 11), com 69,1% conseguiu identificar pelo menos 1 dos títulos disponíveis. Contudo, entre todas as escolhas, apenas 23,7% identificou exatamente os dois títulos *fake news*. Os restantes dividiram-se pelas restantes possíveis combinações (por exemplo, título #1 + título #2 + Título #3).

Tabela 11 - Identificação de títulos noticiosos que fazem parte de websites de desinformação/fake news (n=139)

	n	%
Título #1 (Credível)	13	9,6
Título #2 (Fake news)	96	69,1
Título #3 (Fake news)	71	51,1
Título #4 (credível)	39	28,1
Título #2 (Fake News) & Título #3 (Fake news)	33	23,7

Foi igualmente pedido aos alunos que justificassem a resposta anterior. De acordo com o Quadro 5, a escolha dos títulos baseou-se em elementos sensacionalistas, incitação de revolta e platitudes como “O governo não iria dizer isso”.

Quadro 5 - Exemplos de justificação (Que títulos noticiosos são Fake news)

Quais dos seguintes títulos noticiosos fazem parte de websites de desinformação/fake news	<p>“São títulos noticiosos bastante sensacionalistas, o que pode levar a que haja alguma desinformação na notícia em si.”</p> <p>“Porque tende a incitar a revolta e a culpar o ‘sistema’”.</p> <p>“O governo não iria dizer isso.”</p> <p>“Tem demasiada informação sobre a pessoa e são demasiadas coincidências.”</p>
--	--

Como podemos ver na Figura 7, as áreas consideradas pelos alunos mais sujeitas à difusão de desinformação são a política (38,8%) e sociedade (38,10%). As menos suscetíveis segundo os alunos são desporto (10,8%) ciência e economia com 4,3%, tecnologia (2,9%) e, por último, a área da saúde com 0,7%.

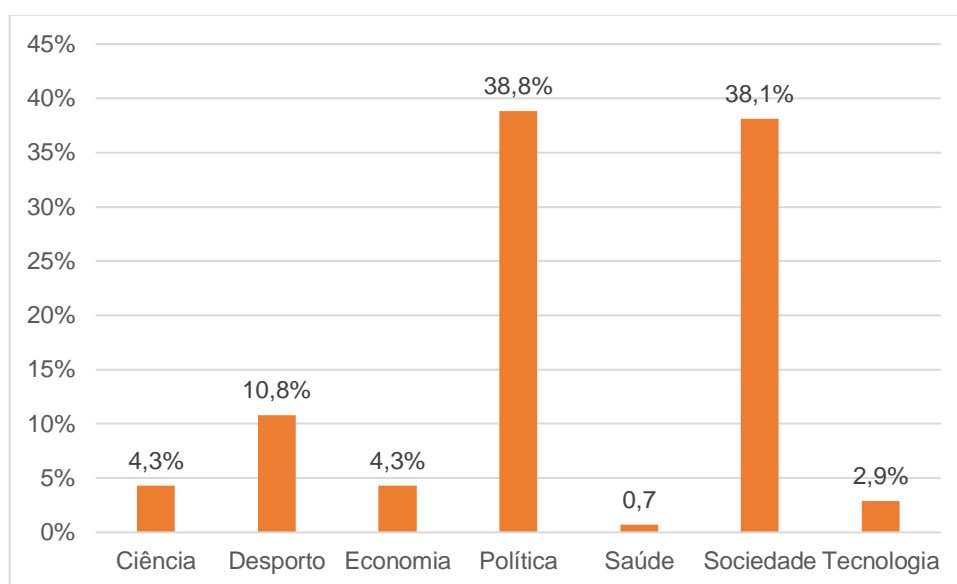


Figura 7 - Áreas de difusão de desinformação (n=139)

Estes dados estão de acordo com a percepção de um dos docentes entrevistados (EN2), que salientou o maior interesse pela veracidade de dados desportivos em detrimento de tópicos políticos e sociais: “(...) exceto quando falamos de informação desportiva. Nesse caso o que eu percebo é que muitas vezes ou compram os jornais em papel. Nalguns casos, poucos, mas ainda compram, ou vão mesmo diretamente aos jornais *online*, Record, Bola, Jogo, e consomem informação diretamente do jornal. (...) Porque eles são apolíticos, são a... maioria desta geração está distanciada da política e não se interessa pela política. Mesma coisa em relação à economia. (...) eu percebo esse fenómeno, que é...no jornalismo desportivo, eu não sinto este distanciamento tão grande. Eu sinto que os alunos conhecem os jornais, conhecem os jornalistas, estão habituados a lidar ou a ler as notícias daqueles meios de comunicação social especializados ao contrário do que acontece com os outros.”

Tentámos perceber os principais meios onde os estudantes assistem à disseminação de desinformação. Como tal, a Tabela 12 demonstra os principais veículos de partilha de Fake news de acordo com os alunos. De acordo com os resultados obtidos, os meios onde mais se assiste à partilha de *fake news* são as redes sociais (m=4,25, 43,9% assiste sempre e 41,7% muitas vezes) como indicam os resultados da Tabela 12. Os vídeos também surgem como fonte de disseminação de desinformação (m=3,04) embora 31,7% dos estudantes afirme que raramente assiste, tendência que é contrabalançada por 29,5% que assiste “muitas vezes”. Jornais (41% raramente),

televisão (46,8% raramente) e rádio (51,8%) são meios onde os alunos não costumam assistir à partilha de *fake news*.

Tabela 12 - Meios onde assiste à partilha de Fake news (n=139)

	Sempre		Muitas vezes		Frequentemente		Raramente		Nunca		média	dp
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
Redes sociais	61	43,9	58	41,7	16	11,5	2	1,4	2	1,4	4,25	,826
Vídeos	13	9,4	41	29,5	32	23	44	31,7	9	6,5	3,04	1,119
Podcasts	3	2,2	11	7,9	26	18,7	66	47,5	33	23,7	2,17	,955
Televisão	9	6,5	14	10,1	35	25,2	65	46,8	16	11,5	2,53	1,038
Jornais	4	2,9	22	15,8	38	27,3	57	41	18	12,9	2,55	1,002
Rádio	4	2,9	9	6,5	28	20,1	72	51,8	26	18,7	2,23	,927

De acordo com a opinião dos estudantes, a proliferação da desinformação está ligada sobretudo ao facilitismo de consumo (m=4,32, 48,2% concorda totalmente), interesses políticos (m=4,20 41,7% concorda totalmente), interesses sociais (m=4,13 48,9% concorda), criação de caos por *trolls* (m=4,12, 42,4% concorda) e interesses económicos (m=4,12, 43,2% concorda). Por sua vez, em último lugar surge a descrença nos meios de comunicação tradicionais, mas ainda com uma média positiva (m=3,66, 36,7% concorda) o que indica a confiança que estes alunos de comunicação ainda depositam no jornalismo, tal como se pode observar na Tabela 13.

Tabela 13 - Motivos que ajudam à proliferação da desinformação (n=139)

	Concordo Totalmente		Concordo		Não concordo nem Discordo		Discordo		Discordo totalmente		média	dp
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
Interesses políticos	58	41,7	57	41	21	15,1	0	0	3	2,2	4,20	,853
Interesses económicos	51	36,7	60	43,2	22	15,8	5	3,6	1	0,7	4,12	,852
Interesses sociais	47	33,8	68	48,9	21	15,1	1	0,7	2	1,4	4,13	,797
Construção de identidade através da procura de validação de opiniões e ideologias	39	28,1	58	41,7	36	25,9	4	2,9	2	1,4	3,92	,885
Facilitismo de consumo e partilha proporcionado pelas redes sociais	67	48,2	54	38,8	15	10,8	2	1,4	1	0,7	4,32	,782
Níveis baixos de literacia mediática digital dos utilizadores	41	29,5	58	41,7	28	20,1	7	5	5	3,6	3,88	1,008
Decadência da atividade jornalística na era digital	31	22,3	54	38,8	35	25,2	14	10,1	5	3,6	3,66	1,046
Criação de caos por parte de "trolls" da Internet na Internet	51	36,7	59	42,4	24	17,3	5	3,6	0	0	4,12	,821
Descrença nos meios de comunicação tradicionais	30	21,6	51	36,7	34	24,5	16	11,5	8	5,8	3,57	1,123

Na tentativa de compreendermos a perceção dos alunos quando confrontados com um artigo de uma fonte falsa, apresentámos um artigo de desinformação de modo a captar as suas opiniões (Tabela 14). Este artigo continha um link para um vídeo externo. Os resultados recolhidos permitem concluir que os alunos conseguiram identificar o artigo

como sendo de uma fonte falsa através do tipo de linguagem (32,4% discorda que a linguagem utilizada é adequada) e estrutura do texto que não segue o esquema de pirâmide invertida, embora a maior parte tenha adotado a posição neutra (51,1% não concorda nem discorda). Contudo, uma grande parte (49,7%) admite que assistiria ao vídeo mencionado no texto. Estes resultados podem indicar que os alunos, apesar de conseguirem identificar um corpo de texto como sendo proveniente de desinformação, alguns elementos avançados por estas fontes falsas podem ser estimular o seu consumo. Contudo, estes mesmos estudantes admitem que não consideram estas notícias interessantes (55,4%). O apelo à legitimidade por menção de fontes credíveis também não parece ser um elemento motivador para os estudantes. Dos respondentes, 37,4% não concorda que a menção à revista Visão aumenta a legitimidade do artigo e 32,4% discorda e 12,2% discorda totalmente.

Tabela 14 - Opiniões sobre o conteúdo de um artigo (fake news) (n=139)

	Concordo totalmente		Concordo		Não concordo nem discordo		Discordo		Discordo Totalmente		média	DP
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
É um artigo de um jornal conceituado	4	2,9	13	9,4	47	33,8	44	31,7	31	22,3	2,39	1,025
É um artigo que apresenta factos verdadeiros porque menciona a revista Visão	3	2,2	22	15,8	52	37,4	45	32,4	17	12,2	2,63	,964
Assistiria ao vídeo mencionado se tivesse oportunidade	20	14,4	49	35,3	28	20,1	24	17,3	18	12,9	3,21	1,260
O artigo segue o modelo de pirâmide invertida	4	2,9	21	15,1	71	51,1	28	20,1	15	10,8	2,79	,928
Considero interessante este tipo de notícias	3	2,2	16	11,5	43	30,9	44	31,7	33	23,7	2,37	1,037
A linguagem é adequada	3	2,2	19	13,7	45	32,4	45	32,4	27	19,4	2,47	1,024

Uma das perguntas do questionário confrontou os participantes com uma *fake news* na tentativa de se perceber se estes seriam ou não capazes de a identificar como sendo

uma notícia falsa. Apresentou-se assim uma versão simplificada da paródia do monóxido de di-hidrogénio (DHMO parody)²⁰. Esta experiência consiste em apresentar factos exagerados sobre o DHMO (água) e perguntar aos inquiridos se a substância deve ser banida ou de algum modo restrita. Os resultados, apresentados na figura 8, revelam que a maioria dos alunos (59,7%) respondeu que a substância deveria ser banida, 29,5% demonstraram insegurança e não conseguiram responder e 10,7% responderam que devia permanecer livre.

Os dados da figura 8 podem representar, com algum grau de fidelidade, a perceção docente na matéria de preparação dos alunos para lidar com *fake news*. Embora a maior parte dos alunos (59,71%) não tenha conseguido identificar as afirmações exageradas como falsas ou mostrado vontade de verificar fontes e factos, a verdade é que os restantes 40,29% se dividiram entre a incerteza e a correta identificação das evidências. Ou seja, a opinião dividida dos docentes está em linha com os resultados obtidos junto dos estudantes.

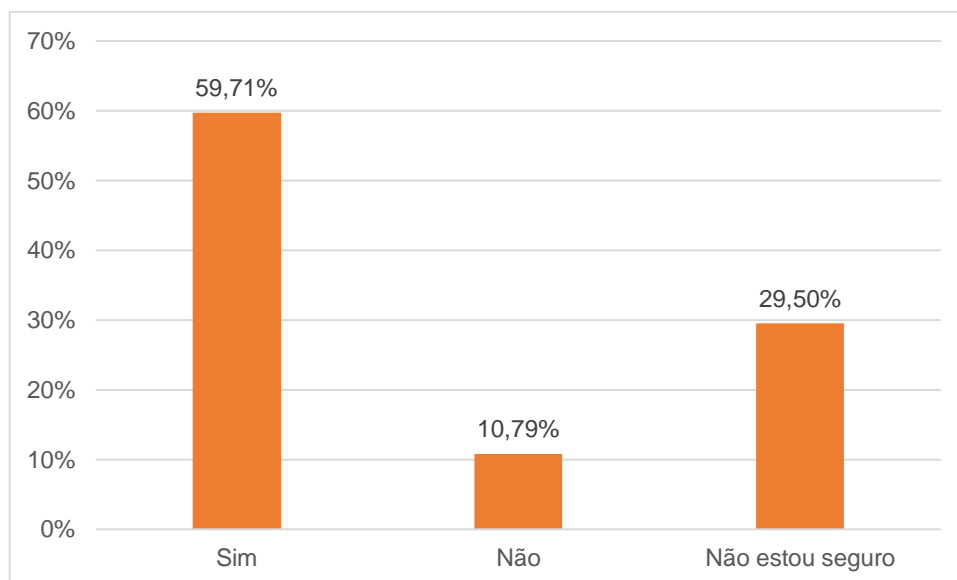


Figura 8 - Opinião dos estudantes sobre a paródia do DHMO (n=139)

No seguimento da questão colocada, pediu-se aos participantes uma justificação breve para se tentar perceber a fundamentação das respostas. Como indicam os resultados da figura 8, a maioria dos alunos concordou com os factos exagerados e a justificação restringiu-se a descrever os perigos já citados no texto fornecido (Quadro 6). Poucos

²⁰ DHMO ou Monóxido de di-hidrogénio é um nome químico alternativo para a água.

alunos referiram a linguagem e apresentação deliberadamente simples e apenas um deles referiu que monóxido de di-hidrogénio é água.

Sobre este assunto, e de acordo com a opinião de um dos docentes entrevistados (EN3), os alunos entram no ensino superior sem as ferramentas necessárias para lidar com a desinformação, o que pode justificar os resultados obtidos: “Esta vaga geracional de estudantes é claramente desinteressada, pouco autónoma e habituada a que sejam os outros a fazer por eles”. De acordo com outro entrevistado, “Os meus alunos, sendo alunos de comunicação, já terão se calhar ali mais algumas armas, mais algumas ferramentas nalguns casos, que acredito que outros noutros cursos não tenham, mas mesmo assim não estão preparados. Acho que o ensino superior também tem de cumprir essa função” (EN2). Contudo, não encontramos uma posição completamente unânime neste tópico por parte dos docentes, tendo outro docente (EN1) afirmado que “Muitos alunos estão e seguem o seu caminho! Mas isso é a tal limpeza do trigo e do joio.”

Quadro 6 - Justificação de respostas à pergunta da paródia do DHMO

Substância deve ser regulada, restrita ou banida?	<p>“Porque é prejudicial para o ambiente.”</p> <p>A substância deveria ser controlada porque pode ferir várias pessoas.”</p> <p>“É bastante perigoso e usado de forma inconsciente, pois pode causar graves problemas.”</p> <p>Preciso de recolher mais respostas e saber qual o jornal em questão.</p> <p>“O Monóxido de Di-Hidrogénio é, simplesmente, água (H₂O). Muitas vezes, é-lhe atribuída esta nomenclatura técnica, somente pelo proveito da deturpação.”</p> <p>Não sei, nunca estudei sobre essas coisas, não sou cientista nunca pesquisei sobre o monóxido de di hidrogênio por isso tanto pode ser treta como verdade.”</p>
--	---

Sobre as competências dos estudantes para distinguir entre fontes verdadeiras e *fake news*, colocámos dois textos lado a lado para os alunos identificarem cada uma delas.

Neste contexto comparativo, atestámos de facto uma maior capacidade de distinção na análise de corpos de textos de artigos de *fake news* e de jornais credenciados. Para tal, apresentámos dois corpos de texto de notícias (sem título), um de fonte legítima (texto 1) e uma *fake news* (texto 2). Como podemos observar na Figura 9, a maioria dos alunos (74,82%) identificou corretamente a *fake news*.

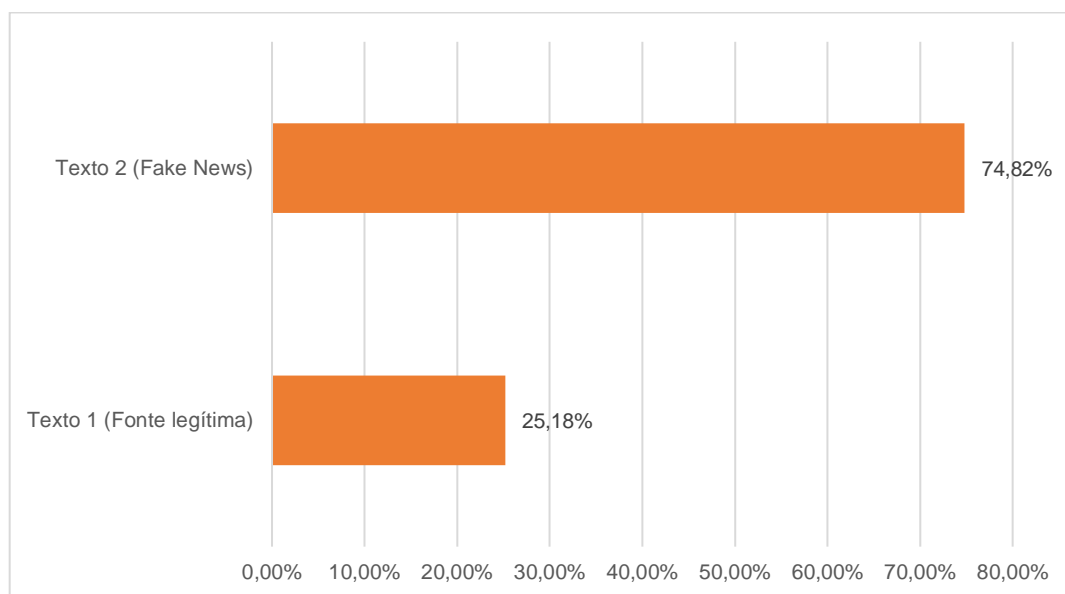


Figura 9 - Perceção dos estudantes sobre que texto é *fake news* (n=139)

De acordo com o Quadro 7, os estudantes justificaram a escolha do texto 1 (fonte legítima) como sendo *fake news* com elementos como “pormenores” incertos e referem que um típico artigo de jornal tem informações facilmente verificáveis e, como tal, na opinião destes alunos, não constitui informação correta. Por outro lado, quando identificaram corretamente a *fake news*, referiram a linguagem e vocabulário com exemplos como a inclusão de perguntas e declarações exclamativas como os maiores indicadores que o texto é *fake news*.

Quadro 7 - Justificação: Perceção dos estudantes sobre que texto é fake news

<p>Texto 1 (Fonte legítima)</p>	<p>“Destacam pormenores que não têm total certeza. Porque o segundo texto tem informações que podem ser de fácil acesso e poderá ser do conhecimento de toda a gente”</p>
<p>Texto 2 (Fake news)</p>	<p>“Estou muito inseguro(a) da minha resposta.” “Eu escolhi o texto 2 basicamente pela forma como está escrito e pelo seu vocabulário.” “Acho o texto 2 mais proveniente de uma fonte de desinformação pelo facto de ter afirmações como ‘Foi acusado? Condenado? Não!’”</p>

Voltámos a perguntar aos estudantes se a página principal de um website era fonte de desinformação ou uma página de um jornal conceituado. Para este exemplo utilizámos a página do Magazine Lusa (Figura 10) como *fake news*.

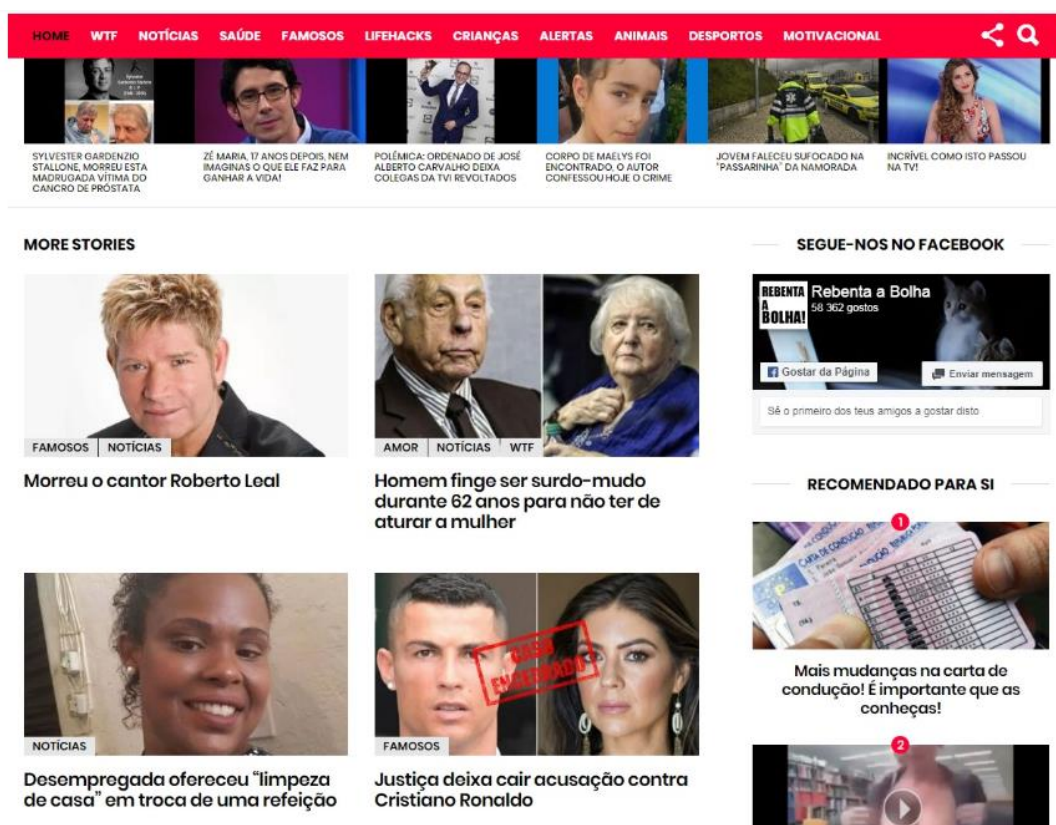


Figura 10 - Magazine Lusa (19-09-2019)

Os dados da Tabela 15 confirmam que os alunos conseguem identificar páginas de desinformação *online* (82,7% identificou a página como fonte de desinformação e 17,3% considerou que era fonte legítima). Estes dados revelam que os alunos conseguem identificar fontes legítimas e distingui-las de *fake news*.

Tabela 15 - Considera que é a página principal de um jornal conceituado? (n=139)

	n	%
Não	115	82,7
Sim	24	17,3
Total	139	100,0

As respostas presentes no Quadro 8 com a fundamentação destas respostas apontam para elementos como os títulos utilizados, assim como os artigos serem “notícias completamente desinteressantes.” Contudo, um aluno avançou com uma questão desafiadora “O que é um jornal conceituado?” admitindo que esta página podia ser considerada fonte legítima porque “(...) fala de todos os assuntos da sociedade.”

Quadro 8 - Justificação de respostas à pergunta "Considera que é a página principal de um jornal conceituado?"

Sim	“O que é um jornal conceituado? Considero este jornal um jornal conceituado porque fala de todos os assuntos da sociedade.”
Não	“Os títulos parecem-me tendenciosos “Mero sensacionalismo e viralidade.” “Notícias completamente desinteressantes.”

3.6 Eficácia dos meios de combate à desinformação

De acordo com a Tabela 16, na opinião dos estudantes, apostar numa maior literacia mediática digital surge como o meio de combate mais eficaz contra a desinformação ($m=3,74$) e uma maior taxa de eficácia (27,3% consideram totalmente eficaz e 32,4% muito eficaz). Contudo, todos os meios apresentam uma taxa elevada de confiança junto dos estudantes com uma média superior a 3. O desenvolvimento de ferramentas de deteção surge em segundo lugar com um grau de eficácia de 22,3% a considerar “totalmente eficaz” e 38,8% “muito eficaz”. As mudanças estruturais são menos populares, mas mesmo assim 38,8% dos alunos considera este meio “eficaz”. Por

último, o regulamento legislativo é aquele que menos confiança transmite em termos de eficácia (m=3,01) tendo 30,2% assinalado “Pouco Eficaz” e 3,6% “Nada Eficaz”.

Tabela 16 - Eficácia dos meios de combate à desinformação (n=139)

	Totalmente eficaz		Muito eficaz		Eficaz		Pouco eficaz		Nada eficaz		média	DP
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
Regulamento legislativo	15	10,8	24	17,3	53	38,1	42	30,2	5	3,6	3,01	1,028
Mudanças estruturais no ecossistema digital	13	9,4	37	26,6	54	38,8	29	20,9	6	4,3	3,16	1,002
Desenvolvimento de ferramentas que ajudam o utilizador a identificar fake news na sua navegação pela Internet	31	22,3	54	38,8	35	25,2	16	11,5	3	2,2	3,68	1,016
Maior Literacia Mediática Digital	38	27,3	45	32,4	40	28,8	14	10,1	2	1,4	3,74	1,017

Estes resultados estão em linha com a opinião do docente que defende uma maior literacia para os media para combater a desinformação: “É preciso criar uma disciplina de literacia para os media nas escolas. Essa é a minha posição. Acho que temos de atuar desde a origem do problema” (EN2). A ação legislativa também é um dos meios privilegiados pelos docentes: “Julgo que a desinformação terá que ser analisada friamente por quem de direito, desde a Comissão Europeia, uma concertação de países, sei lá... Mas algo terá que ser feito nessa matéria!” (EN1), ainda que exista algum risco nesta matéria como evidenciado pelo EN2 ao referir problemas na implementação das medidas: “A ERC tinha uma proposta que me parecia interessante no papel. Que era atribuir um selo, digamos assim, de qualidade. Até porque o papel da ERC é esse. Se eu quiser criar um meio de comunicação social eu tenho que o submeter a um registo na ERC e na entidade reguladora. Mas isso também já ficou provado que depois também tem ali margem para correr mal. A própria ERC reconheceu como meio de comunicação social um site de proliferação de *fake news* há duas semanas.” Outro dos possíveis problemas levantados por este docente (EN2) referiu-se ao potencial perigo à liberdade de expressão: “Tenho sempre receio que isso depois vá beliscar a liberdade de informação, daí também a minha reticência em relação à possibilidade de criar uma legislação (...).”.

A ERC para combater a desinformação quando perguntámos se a criação da desinformação deveria ser penalizada legislativamente: “Sim, apoio. Mas a própria ERC que apela a isso, podia e devia ter um papel mais interventivo. Está na posição de observar a situação e acho que devia ser esperado mais desta entidade” (EN3).

3.7 A perspetiva dos docentes

Através da realização de entrevistas, analisou-se a perspetiva de 3 docentes de área de comunicação do ensino superior que possuem em relação aos seus estudantes sobre a desinformação de modo a conseguirmos. O objetivo foi aprofundar a temática da investigação do lado responsável por parte da formação dos estudantes.

3.7.1 Opinião dos docentes sobre desinformação

Em relação à desinformação, um docente afirma que o fenómeno ganhou “uma enorme centralidade” recentemente e que é um motivo de preocupação:

A verdade é que o fenómeno da desinformação, como refere, ganhou nos últimos anos uma enorme centralidade na esfera pública e no debate mundial. Isso é algo que vejo com grande preocupação. Quer a desinformação em si, como escrever algo falso e ver essas mentiras transformadas em novas verdades e, no limite, ler uma nova história, mas sobretudo perceber que há uma franja da população que acredita em tudo o que lê nas redes sociais e não em jornais e outros órgãos de comunicação. (EN1).

Contudo, o docente EN3 acredita que esta nova vaga de desinformação pode ser considerada recente e que ainda “estamos no início” e que existe uma tendência para se agravar:

É um fenómeno complexo e acho que estamos a viver ainda o início. A tendência será agravar-se e acredito que, so quando estivermos todos desorientados e sem percebermos regularmente o que é verdadeiro ou falso, é que vamos sentir a necessidade de acreditar naqueles que nos podem dar e nos dão notícias verdadeiras: os jornalistas e o jornalismo. (EN3).

Outro dos docentes entrevistados (EN2) afirma igualmente que não é um fenómeno novo e que se podem verificar casos históricos de campanhas de propaganda para fins específicos, mas não com a capacidade de propagação que se verifica atualmente.

Eu acho que o fenómeno da desinformação não é novo. Sempre houve campanhas de propaganda. 1ª guerra mundial 2ª guerra mundial. São bons exemplos de notícias que foram plantadas com fins específicos a enganar as tropas inimigas. Não acho que isto seja uma coisa recente. O que eu acho que mudou a capacidade de propagação destas campanhas de desinformação. O digital, o online, permitem não só que esses organismos que refere como organizações consigam estabelecer determinados objetivos e fazer proliferar determinada informação intoxicada com finalidade, mas permitem que eu, por exemplo, a título individual, numa rede social, crie uma informação completamente falsa com uma fotografia truncada e que aquilo seja alvo de centenas ou milhares de partilhas. (EN2).

Relativamente ao sucesso verificado por fontes de *fake news*, a opinião docente divide-se entre o uso das redes sociais pelos mais jovens, hábitos de consumo e pelo facto de notícias verdadeiras serem “desinteressantes”. Tal como reforça o EN1:

Claramente os mais jovens! São eles os principais alvos dos criadores de fake news: não leem jornais, acreditam em tudo o que veem no Facebook e assim. São o alvo perfeito. Certamente conhece aquele caso dos Veles Boys, na Macedónia – agora Macedónia do Norte. Eram rapazes dos seus 18-20 anos que criaram notícias falsas e abalaram o sistema político norte-americano em 2016. (EN1).

Por sua vez, o docente EN2 refere:

(...) isto é uma sociedade de ecrãs nestas novas gerações e eu acho que o facto de haver também tanta partilha de desinformação tem a ver com os próprios hábitos de consumo destas novas gerações. São gerações que já nasceram com internet. Que viram as redes sociais a desenvolverem-se muito rapidamente enquanto eles eram adolescentes, os jovens. São gerações que não abrem os jornais online para ler notícias. Que leem essas notícias no *feed* do facebook. Ou seja, é tão diferente o padrão de consumo de informação deles e é tão mais rápido esse consumo de informação que eles fazem. (EN2)

Por último, a opinião do docente EN3 afirma que:

As verdadeiras notícias são normalmente desinteressantes. As notícias falsas são cativantes, com títulos apelativos, com ligação direta às emoções, à espetacularidade. E, na nossa vida monótona, interessa-nos mais o espetáculo do que a informação séria propriamente dita. É pena, mas é mesmo assim. É fácil por isso. Porque são sempre notícias sensacionais e que vão ao encontro daquilo que a população quer ouvir. (EN3).

O próximo tópico aborda a perceção que os docentes possuem sobre os estudantes.

3.7.2 Percepção dos docentes sobre os estudantes

À semelhança dos resultados obtidos no inquérito aplicado aos estudantes, os docentes indicam que os alunos utilizam as redes sociais, em detrimento de meios mais tradicionais, para se informarem o que, segundo o docente EN1, pode ser “perigoso”. No entanto, verificamos uma exceção quando a temática é desportiva com um docente a afirmar que o interesse nesta área leva os seus estudantes a procurar mais informação e a utilizar os jornais impressos especializados:

Exceto quando falamos de informação desportiva. Nesse caso o que eu percebo é que muitas vezes ou compram jornais em papel, nalguns casos, poucos, mas ainda compram, ou vão mesmo diretamente aos jornais online, Record, Bola, Jogo, e consomem informação diretamente do jornal. (...) aqueles que se interessam muito pelo desporto não vivem só daí a informação das redes sociais. Eles vão procurar mesmo informação aos jornais. (...) Eu acho que aquilo que está nas redes sociais não é suficiente para responder ao interesse deles. (EN2).

Os docentes também afirmam que os estudantes são apolíticos e desinteressados e, como tal, não parecem entrar no ensino superior preparados para lidar com desinformação. “(...) eles são apolíticos, a maioria desta geração está distanciada da política e não se interessa pela política. Mesma coisa em relação à economia.” (EN2).

De igual modo, na opinião destes professores, os estudantes mostram pouco interesse pelas implicações éticas, apesar de conseguirem distinguir o certo do errado.

(...) muitos alunos nem sabem o que é a ética, quanto mais... Mas há muitos outros que sabem e esses é que vão vingar lá fora. (EN1).

Por exemplo, o docente EN3 afirma que:

Sabem que é mau fazê-lo. Mas pensam pouco em como se devem defender disso. (EN3)

Em relação ao percurso académico dos estudantes, os professores admitem que eles adquirem as competências necessárias para lidar com a desinformação, especialmente à medida que vão progredindo do 1º para o 2º e 3º ano letivo do curso de comunicação.

(...) acredito que muitos não tivessem competência até porque já ouvi alunos do primeiro ano a dizerem "As *fake news* são aquilo que os jornais publicam". Ou seja, eles muitas vezes nem têm noção de que as *fake news* não vêm dos meios de comunicação social. Vêm de pessoas ou de organizações ou de alguém com algum interesse em propagar aquilo. Por isso, talvez no primeiro ano houvesse alguma dificuldade de alguns alunos em fazer essa distinção. No terceiro ano, acho que a larga maioria está apta para o fazer. (...) Eu tenho a noção que os meus alunos do 3º ano (...) estão muito mais preparados para isso do que os do 1º. (EN2).

No que concerne à partilha de desinformação por parte dos alunos, dois dos professores entrevistados admitem que já assistiram e o terceiro afirma que assistiu, mas faz a distinção entre a partilha de *fake news* e ideias falsas a partir de noções pré-concebidas devido a falta de conhecimento na área (por exemplo, declarar generalidades de que um jornal com uma linha editorial de direita publica apenas notícias de direita).

Não é bem notícias falsas. Às vezes percebo que eles estão a dizer coisas que são ideias pré-concebidas que eles têm. (...) quando dizem "aquele jornal é o jornal de direita e por isso só publica só notícias de direita ". Às vezes não percebem que o jornal tem uma linha ideológica e que essa linha ideológica não tem de afetar a informação que é feita, mas não são propriamente notícias falsas. (EN2)

3.8 Discussão dos Resultados

Se aceitarmos a desinformação e proliferação das *fake news* como uma ameaça ao processo democrático (Pereira et al., 2019) e como um problema epistemológico, perceber como futuros profissionais de comunicação lidam com a desinformação revela-se especialmente pertinente para uma maior compreensão deste fenómeno. O discernimento cognitivo-comportamental dos alunos, assim como a autoperceção que possuem de como julgam interagir com *fake news* e como na prática se relacionam com a desinformação apresenta igualmente um carácter útil no aprofundamento da temática.

Ou seja, com este estudo pretendeu-se compreender as bases epistemológicas que os alunos possuem nesta fase de formação. Admitimos que estes resultados estão restritos a uma única Instituição de Ensino Superior e a um curso específico, não podendo, portanto, ser extrapolados para a população em geral. No entanto, algumas comparações podem ser construídas a partir de investigações anteriores. Por exemplo, o relatório da Obercom (Cardoso et al., 2018), que compreendeu uma amostra maior (n=2008) da população portuguesa, mas não direcionado especificamente a estudantes

de comunicação, demonstra que 76,1% dos inquiridos não sabe como surgem as notícias no *feed* de notícias das redes sociais que utilizam, o que “(...) aponta para uma certa falta de literacia digital, ou seja, desconhecimento das dinâmicas que constituem, neste caso, processos seletivos de informação, inclusivamente noticiosa ou não (e.g., publicitária)” (Cardoso et al., 2018, p. 56). A tendência do nosso trabalho é idêntica. Os resultados os resultados vão ao encontro dos encontrados por Cardoso et al., (2018) que revelam uma maior necessidade de literacia mediática. Neste ponto, podemos argumentar que 64,75% ainda é um valor relativamente alto, especialmente tendo em conta a importância que rodeia a temática das *fake news* e o facto desta investigação englobar alunos que estão a desenvolver competências superiores no domínio comunicativo.

A análise dos resultados obtidos através do questionário sugere alguma descrença nas fontes tradicionais de informação e aponta as redes sociais como meio principal de acesso a notícias. Com isto, acredita-se que uma maior sensibilização junto dos criadores destas plataformas para combater a desinformação poderia provar-se útil para promover iniciativas de mudanças estruturais no ecossistema digital. Contudo, como já referido, sendo este um meio reativo e sujeito à vontade arbitrária de entidades privadas, poderá não ser o mais adequado neste contexto. Uma das desvantagens para a implementação de mudanças estruturais está relacionada com as condições para controlo de informação fiável e de confiança requerem um esforço ético exigente e um investimento constante e contínuo na sua adaptação e atualização ao meio digital onde as *fake news* se multiplicam. Apesar de não duvidarmos da capacidade de plataformas como o Facebook e Twitter de desenvolverem tais ações (assumindo que são implementadas de modo adequado), a verdade é que o sujeito está exposto a vários tipos de fontes de informação (Dubois & Blank, 2018). Neste sentido, não existem restrições à criação de novas e diversas plataformas que podem ignorar a necessidade de mecanismo de controlo de desinformação ou até utilizar a falta destes como característica e não como defeito de modo a atrair utilizadores, aludindo ao respeito pela liberdade de opinião e expressão.

O presente estudo aponta como redes sociais mais utilizadas pelos alunos o Instagram, o Youtube, o Whatsapp e o Facebook com o Facebook a possuir hegemonia como meio principal de acesso a notícias. Devido a esta utilização intensiva das redes sociais, que conduz a uma maior exposição de acesso a informação e notícias,

reiteramos o ponto anterior que uma mudança estrutural no ecossistema digital poderia fruir efeitos benéficos no combate à desinformação, embora dependa do esforço qualitativo de cada plataforma e demande um esforço ético coletivo e concertado por parte dos seus criadores.

Comparando os resultados obtidos através do questionário e da entrevista, é interessante verificar que a autoperceção dos alunos é semelhante à manifestada pelos docentes entrevistados. Nos hábitos de consumo praticados atualmente, nomeadamente no momento de leitura de notícias, verifica-se uma tendência para o consumo apenas dos títulos sem a leitura integral do artigo, assim como uma maior propensão para interagir com a informação via “gostos”, “likes” ou “upvotes”. Por outro lado, a secção de comentários é preterida neste contexto e as notícias que surgem nas redes sociais são alvo de maior desconfiança. Este último ponto apoia o juízo que os alunos detêm sobre si próprios no momento de lidar com a informação *online* quando admitem que procuram esclarecimentos adicionais quando encontram notícias nas redes sociais.

Contudo, através de um simples exercício verificámos que os alunos parecem aceitar os factos *as is*. Ou seja, sem realmente procurarem informações adicionais, confirmar fontes ou factos. Aqui parece estarmos perante uma dissonância cognitivo-comportamental: se por um lado os alunos estão cientes da problemática da desinformação e admitem estar preocupados com o estado do jornalismo, por outro, como estudantes de comunicação e futuros profissionais da área, mostraram muitas fragilidades na correta identificação de simples factos exagerados ou falsos e, no momento crucial de confirmação de fontes, concordam com o que lhes é exposto. Podemos assumir algum grau de influência devido a alguns fatores como o ambiente em que os alunos se encontravam no momento de resposta, cansaço ou até preguiça. No entanto, apesar destas atenuantes acreditamos que não invalida os resultados e representa o comportamento típico do aluno face à informação que encontra *online*.

Na prática, quando surge uma necessidade para mais pesquisa antes de tomarem uma posição face a factos apresentados *online*, os alunos tendem a não refletir ou pesquisar, tendência corroborada numa das entrevistas, onde um dos docentes revelou que “Chega a ser assustador. Eles próprios, que virão a criar notícias verdadeiras, baseadas em factos, se deixam levar pela partilha fácil de notícias falsas” (EN3). Algo que, de

certo modo e com algumas reservas e até com alguma esperança e positivismo, é reiterado por outro dos docentes entrevistados quando interrogado sobre as implicações éticas que os alunos possuem em relação à desinformação: “Sinceramente, muitos alunos nem sabem o que é a ética, quanto mais... Mas há muitos outros que sabem e esses é que vão vingar lá fora”. (EN1).

No domínio da ética e valores envolvidos na criação de notícias, os alunos encontram-se divididos na questão se a desinformação e se a criação de *fake news* deve estar protegida pelo princípio constitucional da liberdade de expressão, opinião e pensamento, tal como revelam os resultados obtidos através do questionário. Alguns admitem que as *fake news* são calúnias, o que revela algum desconhecimento na identificação e definição do que realmente constitui desinformação enquanto outros sentem a necessidade de um jornalismo mais consciente com uma defesa da liberdade de expressão que não inclui *fake news*. Se revisitarmos o enquadramento teórico deste trabalho, repetimos que a liberdade de expressão é um tópico sensível que deve ser tratado com a menor interferência legislativa possível, sob prejuízo de abertura de perigosos precedentes que podem vir a limitar discursos fundamentais na sociedade de direito. Esta opinião não é partilhada pelos inquiridos, que admitem que existem categorias discursivas que devem ser banidas ou restritas para evitar conflitos. Os exemplos avançados incluem discursos racistas e xenófobos, o que leva à necessidade, na opinião de vários alunos, de “um maior cuidado com o que escrevemos”. Seguindo a filosofia de Mill (1859), apesar de concordarmos que existem discursos objetivamente malévolos, e.g. racistas, xenófobos e sexistas, e que, certamente não deveriam encontrar lugar na sociedade portuguesa, acreditamos que o motivo para um maior controlo legislativo da liberdade de expressão não passa pela prevenção de conflitos ou golpes à suscetibilidade alheia, mas sim pela potencial instigação à violência física.

Conforme opinião do docente EN2, uma maior legislação pode “(...) beliscar a liberdade de imprensa” e pode criar dificuldades na criação de medidas que distinguem erros inocentes, experiências sociais, fontes suscetíveis a erros ou com várias interpretações, etc. de verdadeiros agentes de desinformação com interesses nefastos.

A análise dos resultados obtidos através do questionário revela que os alunos sentiram necessidade de justificarem a pergunta “Há tipos de discurso ou expressões de opinião

que devem ser banidos ou suprimidos de modo a evitar conflitos de ideias, valores e suscetibilidades”. Entre os que decidiram justificar a sua resposta (opcionalmente), a maior parte dos participantes discordou. Isto é, do total que optaram por justificar a sua opinião (47), 27 discordaram da afirmação e apenas 9 concordaram. Estes dados podem indicar a natureza contestada que permeia a liberdade de expressão e as exceções que devem ou podem ser criadas e praticadas.

Os estudantes demonstraram também dificuldade em distinguir entre páginas de informação legítimas e *fake news*. Aqui reconhece-se que os processos miméticos entre *fake news* e informação credível podem dificultar esta tarefa. Por outro lado, também aceitamos que poderá existir uma maior aproximação por parte de fontes credíveis para tipos de informação dúbia para atrair mais leitores. Por outras palavras, o sensacionalismo e fabricação de histórias falsas por parte da imprensa tradicional não é um fenómeno recente, tendo sido uma ferramenta utilizada com bastante eficácia para moldar a opinião pública no passado. Isto deve-se à sua posição social como autoridade epistemológica necessária à sociedade (Gelfert, 2018). Como já referimos, é esta necessidade que expõe vulnerabilidades que são exploradas de forma predatória por agentes de desinformação.

Analisando os resultados do nosso estudo, podemos teorizar que as ações de agentes de desinformação tendem a influenciar a tomada de decisão de agentes credíveis e vice-versa. O processo mimético que verificamos através dos resultados obtidos no questionário, aponta para uma maior uniformidade na estrutura da informação. As *fake news* tentam passar por notícias reais e, para isso, precisam de adotar os mesmos modelos utilizados por estas (no mínimo, terão de respeitar alguns princípios formais básicos). Por outro lado, o êxito da desinformação ao apresentar factos falsos e histórias fabricadas em conjunto com a velocidade e facilidade de receitas pressiona fontes legítimas a adotarem um padrão mais próximo das *fake news* que, por natureza, será menos exigente e com menor qualidade.

A título de exemplo, como evidenciado por um dos entrevistados: “(...) reparei estes dias que, num certo site surgem notícias de pessoas conhecidas que supostamente fazem isto ou aquilo. E a página que é mostrada é muito parecida graficamente com a do Jornal Público. Mas é *fake news*! E muita gente vê aquilo, o P até é parecido, e fazem logo partilhas e gostos”. (EN1).

Outra das evidências desta junção cada vez maior entre o que é *fake news* e informação credível são os resultados obtidos na questão que procurou comparar 4 títulos de artigos noticiosos (2 *fake news* e 2 legítimos). A maior parte dos alunos conseguiu identificar pelo menos um dos títulos de desinformação, mas este número baixou consideravelmente no momento de identificar apenas os dois títulos de *fake news* presentes. Admitindo que estes resultados podem depender da escolha dos títulos apresentados, não podemos deixar de destacar que, de facto, dois dos exemplos escolhidos foram utilizados por um jornal que é considerado conceituado (Diário de Notícias) e ambos foram alvo de algumas dúvidas por parte dos estudantes que apresentaram dificuldades na correta categorização como *fake news* ou notícia legítima. Isto indica que tanto os meios de comunicação conceituados como os meios de desinformação utilizam métodos semelhantes para captar a atenção do leitor, ideia corroborada igualmente pelos docentes entrevistados.

Isto leva-nos a admitir que, apesar de existir uma convergência entre as duas partes, a diferença entre *fake news* e fontes legítimas ainda é significativa e pode levar a uma maior influência dos modelos utilizados pelas *fake news* no momento de tentativas de criação de artigos reais. Contudo, é neste contexto que podemos recorrer à posição do docente EN2 de que é preciso um maior reforço do papel que os meios de comunicação social através de maior credibilidade e transparência.

Um possível fortalecimento dos meios de comunicação poderia constituir uma das medidas para combater a desinformação que acreditamos estar profundamente ligada a mudanças estruturais nos sistemas de informação. Neste estudo identificámos quatro meios principais de combate à desinformação, que parecem englobar todo o espectro de ações a este respeito, nomeadamente: 1) ações legislativas, 2) mudanças estruturais no ecossistema digital, 3) Desenvolvimento de ferramentas de deteção de desinformação, 4) Promoção de literacia digital via educação e formação.

Porém, este ponto levanta uma questão que consideramos necessário responder adequadamente. O que implica um reforço dos meios de comunicação? A este respeito o docente EN2 referiu um “esforço interno”, ou seja, por parte dos “próprios dos jornalistas” e das “instituições”, aludindo ao exemplo do Fumaça que é “(...) um projeto de jornalismo que segue que nasceu de uma comunidade, ele é financiado por

essa comunidade. Ou seja, são as pessoas que financiam o projeto porque lhe reconhecem qualidade jornalística e ele não vive de investimentos do grupo EDP ou do Novo Banco (...).”

De fora ficam medidas legislativas ou esforços por parte das autoridades competentes em promover iniciativas deste género, assim como o desenvolvimento de ferramentas de deteção automática de *fake news* e a promoção de literacia mediática. Queremos dizer com isto que a descrença nos meios de comunicação tradicionais é um fenómeno real e reconhecido pelos alunos, tal como revelam os resultados obtidos, facto que tem facilitado a propagação das *fake news* e que, através de processos orgânicos e transparentes, a atribuição de maior credibilidade à atividade jornalística poderá mitigar os efeitos da desinformação na sociedade. Deste modo, o projeto Fumaça, referido por um dos docentes entrevistados, pode provar-se como um modelo de sucesso e uma necessária mudança de paradigma do jornalismo que apresenta um potencial de influência sobre os outros agentes de comunicação, nomeadamente os meios tradicionais que poderão adotar modelos próximos da comunidade do que aqueles atualmente praticados. Todavia, consideramos que este projeto ainda se encontra numa fase embrionária que necessita de mais tempo e maior análise de modo a verificarmos a sua validade como ação legítima e viável no combate à desinformação.

Os resultados do questionário permitem encontrar indicadores positivos relativamente às bases epistemológicas dos alunos. Perante o exemplo de uma *fake news*, a maioria dos alunos reconheceu que era uma notícia falsa e admitiu que assistiria ao vídeo mencionado no corpo do texto. Podemos perguntar então se o valor de possível entretenimento ultrapassa o reconhecimento de integridade jornalística ou se chega a ser um fator eliminatório no momento de consumo de informação.

Todos os quatro meios de combate identificados e apresentados aos alunos apresentam um elevado grau de confiança em relação à sua eficácia. Mesmo a ação legislativa, considerado a menos eficaz, apresenta números de confiança consideráveis. A promoção de literacia mediática é o mais popular, seguido do desenvolvimento de ferramentas de apoio à deteção. Estes resultados indicam que a desinformação é percebida como um problema essencialmente epistemológico e o desenvolvimento de capacidades e processos cognitivos de reflexão crítica sobre informação podem provar-se fundamentais no combate às *fake news*. Todavia, não deixando de

reconhecer as vantagens de um espírito crítico, sugerimos cautela na utilização e promoção deste termo. Gostaríamos de clarificar este ponto na medida em que vivemos numa dependência de confiança epistemológica (Nguyen, 2018) onde o conhecimento de outros é fundamental para a nossa sobrevivência e bem-estar social.

Por outro lado, os resultados obtidos seguem a mesma tendência de outros estudos realizados, nomeadamente no grau de preocupação em relação à desinformação demonstrado pelos alunos como verificado por Sobral e Morais (2019) que demonstra que estudantes estão familiarizados com o processo de criação de *fake news*, conseguem identificar websites que publicam histórias falsas e acreditam que a educação é o melhor método para combater desinformação.

Por sua vez, os docentes admitem igualmente que o papel da formação é importante para combater a desinformação, juntamente com um reforço dos meios de comunicação através de maior credibilidade, confiança e transparência para criar uma ligação mais forte com o público. Em relação ao papel que ações legislativas podem desempenhar no combate às *fake news* as opiniões não são tão unânimes entre os docentes. Um afirma que legislação pode não ser a resposta porque “já existe” e pode causar erros e danos à liberdade de expressão juntamente com precedentes perigosos. Os restantes docentes, embora apoiem legislação específica, recomendam: 1) cautela por parte das autoridades e 2) um papel mais interventivo por parte das entidades responsáveis como a ERC que considera o seu desempenho até então insuficiente.

4. Capítulo IV – Conclusões

4.1 Conclusões do estudo

Este trabalho procurou estudar a perceção que os professores e estudantes do ensino superior possuem em relação ao fenómeno da desinformação e *fake news*. Neste capítulo apresentamos as conclusões da investigação relativas à investigação desenvolvida de acordo com os objetivos enunciados, assim como contributos do presente estudo para o aprofundamento da temática da desinformação e sugestões para investigações futuras.

Neste capítulo apresentam-se as conclusões do estudo de acordo com os objetivos delineados, bem como se apresentam contributos e sugestões de investigação futura.

Um dos objetivos foi o de identificar os hábitos dos estudantes em relação ao acesso e consumo de informação online e identificar os meios onde os estudantes assistem à disseminação de *fake news*. Os resultados permitem concluir que os estudantes consomem informação noticiosa essencialmente através de redes sociais e admitem que são estas redes onde assistem à disseminação e partilha de *fake news* motivada essencialmente pelo facilitismo de consumo e partilha proporcionado por estas plataformas, juntamente com interesses políticos, económicos e sociais. As redes sociais preferidas pelos estudantes como o Instagram, Whatsapp, Youtube e Facebook apresentam diferentes graus de consumo de notícias. Por exemplo, o Instagram é a plataforma mais utilizada pelos alunos, mas é o Facebook que apresenta maior taxa de acesso a notícias para os alunos. Isto pode indicar que nem todas as redes sociais são um veículo para disseminação de desinformação e existem aquelas que são mais propícias a tal, tal como sugerido pelo último passo do modelo sociotécnico de Marwick (2018) que afirma o papel das *affordances* como um elemento que varia de rede social para rede social de acordo com a perceção que o utilizador detém sobre o que aquela plataforma específica **deve** fazer e não o que **pode** fazer. O exemplo mais flagrante é o do Instagram, muito focado na edição de imagens perante a perceção da utilização do Facebook, mais utilizado para partilha de mensagens escritas. No entanto, temos de ter em conta igualmente conclusões obtidas de outras investigações que demonstram que o utilizador não utiliza apenas uma única rede social e estudos focados em “*single media*” são, à partida, redutores (Dubois & Blank, 2018). Ou seja, se considerarmos

plausível que o utilizador apresenta uma “dieta mediática” variada, via utilização de várias redes sociais em conjunto, e apesar de verificarmos evidências que algumas redes sociais não exibem sinais de vulnerabilidade à criação e partilha de desinformação, não significa que os utilizadores não estejam suscetíveis porque acedem a outras que são, de facto, mais suscetíveis.

Outro dos objetivos desta investigação foi o de verificar o nível de conscientização dos alunos face ao fenómeno da desinformação. Os resultados obtidos levam à conclusão de que os estudantes apresentaram um grau elevado de preocupação e conscientização face ao fenómeno da desinformação, nomeadamente o papel que as *fake news* desempenham na alteração de qualidade e integridade jornalística, assim como os possíveis efeitos sociais causados pela propagação de informação falsa. Estes resultados demonstram que, independentemente de bases epistemológicas e outras perceções que adotam face a *fake news*, estes alunos reconhecem a importância desta problemática tanto na área da comunicação como na sociedade. Apesar de se dividirem em questões sensíveis como o dilema da liberdade de expressão, os resultados indicam que estes futuros profissionais de comunicação estão cientes dos perigos associados ao consumo e partilha de *fake news*.

Em relação à definição do que se pode entender como *fake news*, através da revisão da literatura realizada, sentiu-se alguma dificuldade em obter uma única definição universal do que se pode considerar *fake news* ou o que faz parte de outro tipo de informação pública. Alegamos que circunscrever o conceito a um único sentido previamente definido pode rapidamente provar-se inadequado e em constante urgência de atualização. Por outro lado, é autoevidente tanto a necessidade de uma definição para uma maior compreensão do fenómeno, assim como o significado que este encerra na sua nomenclatura. Ou seja, podemos argumentar que *fake news* pode até ser interpretado pelo seu sentido literal e aplicar-se a todo o tipo de notícias falsas ou fabricadas sem qualquer fundamento em factos verídicos. Ao mesmo tempo reconhecemos que esta posição é demasiado vaga e não satisfaz os requisitos essenciais para um maior aprofundamento do tema. Dito isto, podemos considerar que *fake news* são, de facto, notícias falsas com o propósito de enganar o leitor e de alcançar um elevado número de partilhas e repetição por parte dos sujeitos afetados. Neste ponto, os interesses serão sempre políticos, económicos ou sociais, pelo que ainda não consideramos essencial nomear estes aspetos como parte de uma definição

satisfatória. De igual modo, consideramos que outras características como a sua utilização como um aparelho retórico no discurso fazem parte de desenvolvimentos culturais normais numa sociedade de informação onde processos miméticos ditam o *zeitgeist* desta era. Isto significa admitir uma falta de controlo ou poder no que se pode considerar desinformação por parte de autoridades epistemológicas, mas permite demonstrar outras facetas interessantes desenvolvidas organicamente a partir de outros agentes de informação.

Esta investigação procurou ainda verificar as bases epistemológicas, comportamentos e perceções dos alunos em relação à desinformação. Julgamos ter confirmado, através dos resultados obtidos na investigação, que a desinformação pode ser encarada como um problema epistemológico que requer esforços adicionais para a mitigação de efeitos nefastos. Os resultados parecem indicar que uma maior exposição a informação detalhada e aos processos que ditam o fluxo da comunicação permitem uma maior imunização a *fake news* e a relatos tendencialmente enganosos ou com intenções dúbias. Os estudantes demonstram bases epistemológicas fortes, embora não perfeitas, no momento de lidar com informação online. Quando confrontados com histórias falsas, a maioria conseguiu distinguir informação de desinformação, apesar de apresentarem igualmente uma tendência para acreditar em factos científicos (Paródia DHMO) sem a devida verificação de factos. Gostaríamos igualmente de realçar que temos de aceitar uma realidade onde a desinformação encontra um espaço fértil de constante evolução e adaptação onde dificilmente estaremos completamente protegidos de propulsores de desinformação.

Tentámos apurar que meios são considerados mais eficazes no combate à desinformação e, através deste objetivo, como já referimos, temos de ter em consideração onde é que as *fake news* tendem a surgir com mais frequência. Este trabalho permitiu perceber que as redes sociais são um dos principais meios utilizados para acesso a informação noticiosa, especialmente o Facebook. No entanto, não acreditamos que estas plataformas sejam a causa nuclear da proliferação de *fake news*, pois é um fenómeno verificado muito antes do aparecimento da Internet ou de *social media*. Contudo, parece inegável o papel que estes desempenharam na intensidade de consumo de informação e facilidade no acesso e partilha. Num cenário otimista, é possível que uma das soluções para este problema passe por um próprio ajuste das plataformas para que exista uma melhor triagem de informação, de forma ética e

responsável, de modo a minimizar a exposição de agentes de desinformação ao público. A nossa investigação permitiu identificar quatro abordagens principais, sendo uma delas a proposta de mudanças estruturais no ecossistema digital que propõe uma alteração no modo como a informação aparece ao utilizador final na sua navegação habitual na Internet. Um dos maiores entraves a esta potencial solução coloca-se no seu modo de implementação que requer conhecimento, sensibilidade e respeito pelos direitos e princípios éticos que o sujeito possui. Ou seja, qualquer medida tomada, seja pelos criadores de plataformas de informação ou por agentes legislativos tem de ter em conta os direitos alienáveis dos cidadãos e limitar as restrições aplicadas, sob prejuízo de criação de precedentes perigosos para as liberdades fundamentais da sociedade democrática.

Respondendo diretamente ao objetivo proposto de tentar apurar os meios de combate à desinformação mais eficazes e, de acordo com os resultados obtidos, a medida considerada mais eficaz por parte de docentes e discentes é a educação ou a promoção de maior literacia mediática, seguido de desenvolvimento de ferramentas de deteção de desinformação, mudanças estruturais e, por último, regulamento legislativo. No entanto, todas apresentam um grau de confiança elevado na sua eficácia por parte dos alunos.

De igual modo, os estudantes inquiridos parecem preparados para lidar com a desinformação, mas admitimos que os resultados podem igualmente estar condicionados pela formação que estão a obter na área da comunicação. Os resultados indicam que os alunos são capazes de identificar artigos de desinformação, assim como títulos dúbios ou enganadores. Igualmente, a perceção de comportamentos de si próprios face a desinformação é otimista. Não podemos esquecer, contudo, que a perceção dos professores mostra que nem sempre os alunos são capazes de o fazer.

Como estudantes do ensino superior na área da comunicação, os resultados poderão não ser considerados surpreendentes. Contudo, admitimos que ainda subsistem pontos a ser trabalhados e aperfeiçoados, especialmente na raiz da problemática e outros conhecimentos básicos, especialmente no modo como a informação tende a flutuar atualmente nos meios vários meios *online*. Retiramos alguns sinais positivos pelas respostas dadas que demonstram uma preocupação justificada com o estado do jornalismo e a sua importância na sociedade.

Tentámos conhecer a opinião de docentes da área da comunicação em relação ao fenómeno da desinformação e apesar de opiniões divididas no que concerne a liberdade de expressão, é possível perceber que consideram que não é um fenómeno recente, ganhou uma renovada centralidade e verifica-se uma tendência de agravamento. Os docentes consideram igualmente que esforços de conscientização para a desinformação nesta fase de formação da vida dos alunos poderão impactar de forma positiva a carreira destes futuros profissionais de comunicação. Para tal, recomendamos estudos aprofundados sobre este tema e concordamos com a sugestão do docente EN2 de um possível ajuste curricular na formação dos cidadãos portugueses direcionado ao combate à desinformação e a uma melhor literacia mediática.

Através das entrevistas realizadas procurou-se ainda conhecer a opinião dos docentes em relação aos seus estudantes na relação destes com a desinformação. Os docentes demonstram alguma confiança nos estudantes durante o seu percurso académico, mas não tanto no momento quando ingressam no ensino superior. Culpam a utilização de redes sociais como a causa para o sucesso das fake news e afirmam que existe uma falta de utilização dos meios tradicionais, exceto no caso de jornais desportivos especializados.

A aceção geral dos docentes em relação aos estudantes é que estes são essencialmente apolíticos e desinteressados e, como tal, não demonstram muito interesse por questões éticas relacionadas com a desinformação apesar de conseguirem distinguir entre o certo e o errado.

Os docentes indicam que os alunos demonstram dificuldade no momento de se abstração e refletir sobre algumas questões. De igual modo, declaram que os estudantes demonstram desinteresse e uma dependência do imediatismo e que é necessário que se mantenham atentos e com um sentido crítico de modo a mitigar os efeitos das fake news e serem menos suscetíveis às mesmas.

Este trabalho de investigação permitiu-nos verificar aspetos pertinentes que rodeiam o fenómeno da desinformação no panorama atual, nomeadamente a nível epistemológico junto de alunos de comunicação e futuros profissionais da área. A questão de partida perguntou que perceção têm os estudantes e professores de comunicação do ensino superior em relação ao fenómeno da desinformação e os objetivos delineados

permitiram aprofundar o tema. Os resultados retratam que os estudantes encaram a desinformação com seriedade e possuem boas aptidões para lidar com informação online e distinguir entre fontes legítimas e fontes, embora, por vezes demonstrem algumas lacunas que podem ser colmatadas. Por sua vez, os professores acreditam que os alunos entram no ensino superior sem estarem preparados para lidar com desinformação. Contudo, estão cientes do papel que a educação e, por conseguinte, eles próprios, pode desempenhar para mitigar os efeitos das *fake news*, opinião que também é partilhado pelos alunos. Por outro lado, estes docentes acreditam que a proliferação da desinformação se deve aos mais jovens no geral (não necessariamente nestes estudantes) que “Acreditam em tudo o que veem no Facebook” e são o “Alvo perfeito” (EN1), algo que é disputado por outros estudos que demonstram que, de facto, a idade desempenha um papel importante na disseminação de desinformação porque é um indicador que influencia processos cognitivos do sujeito (Su, Rounds & Armstrong, 2009), mas são os mais velhos que demonstram ser mais suscetíveis à desinformação (Shu, Wang & Liu, 2018).

4.2 Contributos e sugestões de investigação futura

Os resultados obtidos podem servir para estudos futuros que queiram aprofundar a temática da desinformação, especialmente na área da comunicação e do ensino superior em Portugal. De igual modo, de acordo com a opinião dos docentes e as respostas dos estudantes também se pode verificar pertinente a atualização curricular do ciclo de estudos dos portugueses focado no conhecimento e conscientização da desinformação, tendo em conta o paradigma tecnológico em que vivemos que facilita o consumo e partilha de informação. Este ajuste curricular pode começar no ciclo, secundário ou ensino superior, especialmente relevante em cursos da área da comunicação.

Considerando as limitações desta investigação, para o futuro sugerimos o alargamento deste tipo de estudo a mais áreas de ensino e instituições com a possibilidade real de abranger todo o ensino superior em Portugal de modo a se obter um retrato geral da relação entre estudantes de várias áreas e instituições e verificar e comparar resultados para se conseguir delimitar um plano de ação mais adequado para combater a desinformação a nível académico.

Também interessante seria estudar o modo como a teoria dos jogos e estratégias de sobrevivência se relacionam com o progresso verificado pela desinformação e *fake news* num contexto social onde nunca foi tão fácil ter acesso a conhecimento. Detalhando este ponto, o sucesso de agentes de desinformação parece ter o poder de influenciar o clima noticioso e pode ser explicado, em parte, pela Teoria dos Jogos (Fallis, 2009), uma teoria que analisa a relação interdependente de dois ou mais agentes que afeta qualquer uma decisão final. A teoria dos jogos é "(...) a theory of interdependent decisions – when the decisions of two or more individuals jointly determine the outcome of a situation". (Morrow, 1994, p. 1) O autor clarifica que os indivíduos podem ser pessoas ou entidades coletivas (Morrow, 1994, p. 1).

De salientar outro elemento relacionado com a teoria dos jogos e a aptidão pela qual a desinformação sobrevive e se reproduz é o processo pelo qual uma estratégia é adotada por uma quantidade suficiente de determinada população (neste caso, agentes de informação e desinformação) que é eficaz contra outras estratégias competentes (Eshel, 1983), mais comumente chamada de *Evolutionarily Stable Strategy* (ESS). Embora verificado e aplicado maioritariamente à biologia, este processo, em conjunto com a teoria dos jogos, pode explicar a mútua convergência entre modelos de *fake news* e fontes legítimas. Isto é, se uma estratégia é adotada por um número suficiente da população, encontrando estabilidade e sucesso no seu meio, acreditamos que é de esperar que outros "jogadores" validem e adotem modelos semelhantes para a sua sobrevivência. Consequentemente, este conhecimento é passado para gerações seguintes, não através de marcadores genéticos, mas sim através de memes ou o que podemos chamar de novos replicadores (Dawkins, 2016) que transmitem cultura. Um dos exemplos dados pelo autor é o caso de Chaucer, um filósofo inglês do século XIV, que não conseguiria manter uma conversa com um inglês moderno, embora tenha uma ligação genética de 20 gerações de ingleses. Por outras palavras, memes são legados culturais passados de geração em geração por meios não biológicos, mas sim por transferência de costumes e ideias por repetição e imitação (Dawkins, 2016). Com Chaucer, o elo biológico está presente, assim como todo o património genético que 20 gerações permitem transmitir. Contudo, existem componentes na interação com o outro que não são passados pelo processo reprodutivo, como é o caso da linguagem e cultura.

Pode ser este o caso na problemática da desinformação e uma das explicações para o

sucesso que as *fake news* encontram atualmente. Ao adotar modelos semelhantes às notícias reais, as *fake news* utilizam uma máscara com o propósito de ludibriar possíveis leitores a acreditar que estão a ler notícias reais. Todavia, estes modelos não são imitações perfeitas da prática jornalística. Modificam e utilizam meios para atrair o maior número possível de leitores e não estão vinculados a nenhum meio de *accountability systems*, ao contrário dos meios tradicionais (Bertrand, 2018). Um dos muitos exemplos é a utilização de títulos sensacionalistas e escolha de temas com carácter mais populista. Por sua vez, podemos afirmar, de forma autoevidente, que agentes legítimos de informação começam a utilizar igualmente alguns destes constituintes presentes nas *fake news* para conseguirem competir com a proliferação destas. Aqui realçamos o estado da problemática da velocidade contra qualidade que o jornalismo encara atualmente

Na pesquisa efetuada encontrámos alguma variedade de opiniões e falta de consenso científico no momento de definir especificamente desinformação, especialmente quando surge a necessidade de distinguir informação falsa que é partilha por erro ou lapso e de modo acidental e informação falsa que é partilhada intencionalmente com interesses escondidos. Em inglês encontrou-se a sugestão de se utilizar “*disinformation*” para informação falsa intencional e “*misinformation*” para informação falsa acidental (Lazer et al., 2018). Consideramos pertinente aplicar estes dois conceitos distintos para a língua portuguesa. Como tal, para separar estas duas vertentes de informação falsa, propomos a adoção do termo “subinformação” para categorizar casos desintencionais (*misinformation*) e “desinformação” para intencionais (*disinformation*). Por outro lado, o termo “misinformação” para casos de partilha de informação falsa acidental, apesar de constituir um estrangeirismo, pode funcionar como elemento distinto do conceito de “desinformação”.

Por último e à luz dos acontecimentos recentes que provocaram a pandemia e uma mudança no paradigma social, político e económico da população, pode ser pertinente estudar os efeitos que o surgimento do COVID19 na vida dos portugueses afetou a relação destes com a informação online. Por exemplo, visto que o interesse em obter informação precisa e correta pode ser a diferença entre vida e morte, consideramos pertinente verificar se os portugueses adotaram uma maior conscientização ao tipo de informação que consomem, acreditam e partilham online.

Referências Bibliográficas

- Abrams, S. Y., Sides, J., Tesler, M., Vavreck, L., Richeson, J. A., & Fukuyama, F. (2019). E Pluribus Unum: The Fight over Identity Politics. *Foreign Aff.*, 98, 160.
- Assembly, U. N. G. (1949). *Universal declaration of human rights* (Vol. 3381). Department of State, United States of America.
- Badcock, J. (2015). *First victim of Spain's "gag law" fined for criticising "lazy" police*. The Telegraph. <https://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/europe/spain/11771851/First-victim-of-Spains-gag-law-fined-for-criticising-lazy-police.html>
- Bernstein, M. (2005). Identity politics. *Annual Review of Sociology*, 31, 47–74.
- Bertrand, C. J. (2018). *Media ethics and accountability systems*. Routledge.
- Bivens, R. K. (2008). The internet, mobilhe phones and blogging. *Journalism Practice*, 2(1), 113–129. <https://doi.org/10.1080/17512780701768568>
- Bourdieu, P. (1992). La Opción Pública no existe. *Debates En Sociología*, 17, 301–311.
- Bowes. (2015). *Havens and echo chambers: Identity politics at Stanford*. The Stanford Review. https://stanfordreview.org/havens-and-echo-chambers-identity-politics-at-stanford/?fbclid=IwAR20pdSJ4SrJyW_Z7_0fd2iEBjN0ltcasiisHhW6fjMQeYNIbvho5_wKl3M
- Bradshaw, S., & Howard, P. N. (2019). *The global disinformation order: 2019 global inventory of organised social media manipulation*. Project on Computational Propaganda.
- Brown, T. (2016). Evidence, expertise, and facts in a post-truth society. *BMJ*, 355. <https://doi.org/10.1136/bmj.i6467>
- Cambridge Dictionary. (2020). *Knee-Jerk*. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/knee-jerk>
- Cardoso, G., Baldi, V., Pais, P. C., Paisana, M., Quintanilha, T. L., & Couraceiro, P. (2018). As Fake News numa sociedade pós-verdade Contextualização, potenciais soluções e análise. In *Relatório Obercom*. <https://obercom.pt/wp-content/uploads/2018/06/2018-Relatorios-Obercom-Fake-News.pdf>
- Ciampaglia, G. L. (2018). Fighting fake news: a role for computational social science in the fight against digital misinformation. *Journal of Computational Social Science*, 1(1), 147–153.
- CNN. (2017). *Spicer: Inauguration had largest audience ever*. Youtube. https://youtu.be/PKzHXeiQi_A
- Comissão Europeia. (2018). *Comunicação da comissão ao parlamento europeu, ao conselho, ao comité económico e social europeu e ao comité das regiões. Combater a desinformação em linha: uma estratégia europeia*. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=CELEX%3A52018DC0236>
- Cornel Law School. (2020). *First amendment*. Legal Information Institute. https://www.law.cornell.edu/constitution/first_amendment

- Curwen, H. (2018). *A History of Booksellers, the Old and the New*. BoD—Books on Demand.
- d'Ancona, M. (2017). *Post-truth: The new war on truth and how to fight back*. Random House.
- Dawkins, R. (2016). *The selfish gene*. Oxford university press.
- Definitions. (2019). *N-gram*. <https://www.definitions.net/definition/n-gram>
- Diário da República. (2020). *Estatuto do Jornalista*. <https://dre.pt/>
- Dictionary.com. (2019). *Journalism*. <https://www.dictionary.com/browse/journalism>
- DiFranzo, D., & Gloria-Garcia, K. (2017). Filter bubbles and fake news. *XRDS: Crossroads, The ACM Magazine for Students*, 23(3), 32–35.
- Drake, L. (2018). Free to Hate: Can We Justify Curbing Hateful Speech? *URCA: The NCHC Journal of Undergraduate Research and Creative Activity*.
- Dubois, E., & Blank, G. (2018). The echo chamber is overstated: the moderating effect of political interest and diverse media. *Information, Communication & Society*, 21(5), 729–745.
- Eisenstein, E. L. (1980). *The printing press as an agent of change*. Cambridge University Press.
- Eshel, I. (1983). Evolutionary and continuous stability. *Journal of Theoretical Biology*, 103(1), 99–111.
- Fallis, D. (2009). A conceptual analysis of disinformation. iConference. *Chapel Hill, NC, California, USA*.
- Fylan, F. (2005). Semi-structured interviewing. *A Handbook of Research Methods for Clinical and Health Psychology*, 5(2), 65–78.
- Gant, S. (2007). *We're all journalists now: the transformation of the press and reshaping of the law in the internet age*. Simon and Schuster.
- Garimella, K., De Francisci Morales, G., Gionis, A., & Mathioudakis, M. (2018). Political discourse on social media: Echo chambers, gatekeepers, and the price of bipartisanship. *Proceedings of the 2018 World Wide Web Conference*, 913–922.
- Gelfert, A. (2018). Fake news: A definition. *Informal Logic*, 38(1), 84–117.
- Gjeltén, E. A. (2019). *Does the First Amendment Protect Hate Speech?* Lawyers.Com. <https://www.lawyers.com/legal-info/criminal/does-the-first-amendment-protect-hate-speech.html>
- Hampton, M. (2009). The fourth estate ideal in journalism history. In *The Routledge companion to news and journalism* (pp. 47–56). Routledge.
- Hardalov, M., Koychev, I., & Nakov, P. (2016). In search of credible news. *International Conference on Artificial Intelligence: Methodology, Systems, and Applications*, 172–180.
- Harrison, H., Birks, M., Franklin, R., & Mills, J. (2017). Case study research: Foundations and methodological orientations. *Forum Qualitative Sozialforschung/Forum: Qualitative Social Research*, 18(1).

- Heyes, C. (2018). Identity Politics. In E. N. Zalta (Ed.), *The Stanford Encyclopedia of Philosophy* (Fall 2018). Metaphysics Research Lab, Stanford University.
- Hill, M. M., & Hill, A. (2009). *Investigação por Questionário (2ª Edição ed.): Edições Silabo*.
- Jack, C. (2017). Lexicon of lies: Terms for problematic information. *Data & Society*, 3.
- Jones, C. W., & Paris, C. (2018). It's the end of the world and they know it: How dystopian fiction shapes political attitudes. *Perspectives on Politics*, 16(4), 969–989.
- Joshi, A., Kale, S., Chandel, S., & Pal, D. K. (2015). Likert scale: Explored and explained. *British Journal of Applied Science & Technology*, 7(4), 396.
- Kakutani, M. (2017). Why '1984' is a 2017 Must-Read. *New York Times*, 26. <https://www.aisd.net/martin-high-school/wp-content/files/sites/27/2018/06/AP-English-I.pdf>
- Kothari, C. R. (2004). *Research Methodology Methods and Techniques*, new Age International (P) Ltd. *New Delhi*.
- Lazer, D. M. J., Baum, M. A., Benkler, Y., Berinsky, A. J., Greenhill, K. M., Menczer, F., Metzger, M. J., Nyhan, B., Pennycook, G., & Rothschild, D. (2018). The science of fake news. *Science*, 359(6380), 1094–1096.
- Leung, S.-O. (2011). A comparison of psychometric properties and normality in 4-, 5-, 6-, and 11-point Likert scales. *Journal of Social Service Research*, 37(4), 412–421.
- Liao, Q. V., & Fu, W.-T. (2014). Can you hear me now? Mitigating the echo chamber effect by source position indicators. *Proceedings of the 17th ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work & Social Computing*, 184–196.
- López-Fonseca, Ó. (2018). Spanish government backtracks on reforms to controversial “gag law.” *El País*. https://english.elpais.com/elpais/2018/10/17/inenglish/1539770247_134351.html
- Love, R. (2007). Before Jon Stewart. *Columbia Journalism Review*, 45(6), 33.
- Lynch, M. P. (2016). Googling is believing: Trumping the informed citizen. *New York Times*. <https://opinionator.blogs.nytimes.com/2016/03/09/googling-is-believing-trumping-the-informed-citizen/>
- MacKenzie, A., & Bhatt, I. (2020). Lies, bullshit and fake news: some epistemological concerns. *Postdigital Science and Education*, 2(1), 9–13.
- Marwick, A. E. (2018). Why do people share fake news? A sociotechnical model of media effects. *Georgetown Law Technology Review*, 2(2), 474–512.
- Merriam-Webster Dictionary. (2020). *Journalism*. <https://www.merriam-webster.com/dictionary/journalism>
- Mill, J. S. (1859). Essay on liberty. *The English Philosophers from Bacon to Mill*, 949–1041.
- Monro, T. K. (1928). Some notes on medical journalism. *Glasgow Medical Journal*, 109(2), 133.

- Morais, N., & Sobral, F. (2019). Social communication students' perceptions of online misinformation. *12th Annual International Conference of Education, Research and Innovation*, 365–373. <https://doi.org/10.21125/iceri.2019.0130>
- Moreira, J. M. (2004). *Questionários: Teoria e prática*. Almedina.
- Morrow, J. D. (1994). *Game theory for political scientists*. Princeton University Press.
- Nguyen, C. T. (2018). Escape the echo chamber. *Aeon Magazine*.
<https://aeon.co/essays/why-its-as-hard-to-escape-an-echo-chamber-as-it-is-to-flee-a-cult>
- Nip, J. Y. M. (2019). *Gatewatching and news curation: Journalism, social media, and the public sphere*. Taylor & Francis.
- Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico. (2019). *Educação em Revista 2019*. OECD. <https://doi.org/10.1787/f8d7880d-en>
- Orwell, G. (1949). *1984*. Antígona.
- Pereira, E., Puga, P., & Azevedo, F. (2019). *A Desinformação-Contexto Europeu e Nacional*. Lisboa: ERC-Entidade Reguladora para a Comunicação Social.
- Polonski, V. (2016). The Biggest Threat to Democracy? Your Social Media Feed'. *World Economic Forum*, 19.
- Pordata. (2019). *Alunos do sexo feminino em % dos matriculados no ensino superior: total e por área de educação e formação*. Pordata.
<https://www.pordata.pt/Portugal/Alunos+do+sexo+feminino+em+percentagem+do+s+matriculados+no+ensino+superior+total+e+por+área+de+educação+e+formação+-1051>
- Pordata. (2020). *Taxa de analfabetismo segundo os Censos: total e por sexo*. Pordata.
<https://www.pordata.pt/Portugal/Taxa+de+analfabetismo+segundo+os+Censos+total+e+por+sexo-2517>
- Qu, S. Q., & Dumay, J. (2011). The qualitative research interview. *Qualitative Research in Accounting & Management*.
- Quandt, T., Frischlich, L., Boberg, S., & Schatto-Eckrodt, T. (2019). Fake news. *The International Encyclopedia of Journalism Studies*, 1–6.
- Queirós, L. M. (2016). "O jornalismo trocou a grandeza da oferta pela tirania da procura." Público. <https://www.publico.pt/2016/11/01/culturaipsilon/noticia/o-jornalismo-trocou-a-grandeza-da-oferta-pela-tirania-da-procura-1749526>
- Reagan Library. (2020). *January 5, Inaugural Address (Public Ceremony)*. Ronald Reagan Presidential Library & Museum.
<https://www.reaganlibrary.gov/research/speeches/01051967a>
- Rees, F. (2005). *Johannes Gutenberg: Inventor of the printing press*. Capstone.
- Riessman, C. K., Gubrium, J. F., & Holstein, J. A. (2002). Handbook of interview research: Context and method. *JF Gubrium & JA Holstein (Eds.)*, 695–710.
- Robson, D. (2018). *The myth of the online echo chamber*. BBC.
<https://www.bbc.com/future/article/20180416-the-myth-of-the-online-echo-chamber>

- Roser, M., & Ortiz-Ospina, E. (2020). Literacy. *Our World in Data*.
- Rowland, L. (2018). *Free Speech Can Be Messy, but We Need It*. American Civil Liberties Union. <https://www.aclu.org/blog/free-speech/free-speech-can-be-messy-we-need-it>
- Rowley, J. (2002). Using case studies in research. *Management Research News*.
- Ruchansky, N., Seo, S., & Liu, Y. (2017). Csi: A hybrid deep model for fake news detection. *Proceedings of the 2017 ACM on Conference on Information and Knowledge Management*, 797–806.
- Sale, J. E. M., Lohfeld, L. H., & Brazil, K. (2002). Revisiting the quantitative-qualitative debate: Implications for mixed-methods research. *Quality and Quantity*, 36(1), 43–53.
- Schultze, U., & Avital, M. (2011). Designing interviews to generate rich data for information systems research. *Information and Organization*, 21(1), 1–16.
- Shu, K., Wang, S., & Liu, H. (2018). Understanding user profiles on social media for fake news detection. *2018 IEEE Conference on Multimedia Information Processing and Retrieval (MIPR)*, 430–435.
- Sinclair, U. (2003). *The brass check: A study of American journalism*. University of Illinois Press.
- Sismondo, S. (2017). *Post-truth?* SAGE Publications Sage UK: London, England.
- Sobral, F. A., & Morais, N. S. (2019). Fake news and higher education students: a case study. *ICER2019 Proceedings*, 356–364. <https://doi.org/10.21125/iceri.2019.0129>
- Sobreira, R. M. (2003). O ensino do jornalismo e a profissionalização dos jornalistas em Portugal (1933-1974). *Media & Jornalismo*, 3(6), 67–87.
- Sousa, J. P. (2008a). *História do Jornalismo em Portugal até 1974*.
- Sousa, J. P. (2008b). Uma história breve do jornalismo no Ocidente. *Jornalismo: História, Teoria e Metodologia Da Pesquisa*. Porto: Edições Universidade Fernando Pessoa, 12–93.
- Stephens, M. (2007). *A History of News*. 3. izd. New York: Oxford University Press.
- Su, R., Rounds, J., & Armstrong, P. I. (2009). Men and things, women and people: a meta-analysis of sex differences in interests. *Psychological Bulletin*, 135(6), 859.
- Tandoc Jr, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2018). Defining “fake news” A typology of scholarly definitions. *Digital Journalism*, 6(2), 137–153.
- Trindade, A. M. Q. L. D. (2006). *News that last: quatro momentos de jornalismo literário americano no século XX*.
- Tuckman, B. W., da Cruz, M. E. V., Lopes, A. R., & Antunes, M. I. (2000). *Manual de investigação em educação: como conceber e realizar o processo de investigação em educação*.
- Tuttle, B. (2017). Sales of Dystopian Novels Have Been Spiking on Amazon Since the Election. *Money*, 25. <https://finance.yahoo.com/news/sales-dystopian-novels-spiking-amazon-172912415.html>
- Verstraete, M., Bambauer, D. E., & Bambauer, J. R. (2017). Identifying and countering

- fake news. *Arizona Legal Studies Discussion Paper*, 17–15.
- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146–1151.
- Wheeler, B. (2017). The Trump era's top-selling dystopian novels. *BBC News*, 29. <https://www.bbc.com/news/magazine-38764041>
- Wineburg, S., McGrew, S., Breakstone, J., & Ortega, T. (2016). Evaluating information: The cornerstone of civic online reasoning. *Stanford Digital Repository*, 8, 2018.
- Winfield, B. H. (2008). *Journalism 1908: Birth of a profession*. University of Missouri Press.
- World Health Organization. (2019). *Ten threats to global health in 2019*. <https://www.who.int/emergencies/ten-threats-to-global-health-in-2019>
- Yarros, V. S. (1899). The press and public opinion. *American Journal of Sociology*, 5(3), 372–382.
- Zelizer, B. (2005). *Definitions of journalism*. Oxford University Press New York.

Anexos

Anexo I - Questionário

Fenómeno Desinformação/Fake News

Questionário desenvolvido no âmbito de dissertação de Mestrado em Comunicação Aplicada da E.S.E.V. sob a orientação da Professora Doutora Salomé Morais.

Este questionário destina-se a conhecer a opinião dos alunos do Curso de Comunicação Social da Escola Superior de Educação de Viseu sobre o fenómeno da desinformação/fake news, assim como os seus hábitos e comportamentos online, nomeadamente a frequência e modo de utilização das várias redes sociais existentes.

Algumas das questões pedem uma justificação breve que servirá apenas para entender a razão que fundamentou a sua resposta. Não existem respostas certas nem erradas e todas as opiniões são válidas e importantes para o nosso estudo.

Os fins serão académicos e científicos pois os resultados ajudarão a produzir uma dissertação de mestrado, ou seja, um documento que também é de cariz académico.

Agradecemos, desde já, a sua colaboração.

***Obrigatório**

Avançar para a pergunta 1 *Avançar para a pergunta 1*

Fenómeno Desinformação/Fake News

1. Ano em que está matriculado *

Marcar apenas uma oval.

1º ano

2º ano

3º ano

2. Idade *

Marcar apenas uma oval.

Menos de 18

18-20

21-23

24-25

mais do que 25

3. Género *

Marcar apenas uma oval.

Masculino

Feminino

Fenómeno Desinformação/Fake News

4. Indique a frequência com que costuma consultar as seguintes fontes de notícias:

*

Marcar apenas uma oval por linha.

	Todos os dias	Algumas vezes por semana	Algumas vezes por mês	Raramente	Nunca
Canais de notícias 24 horas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Redes Sociais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Programas ou boletins de televisão	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Websites/apps de jornais ou revistas noticiosas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Programas ou boletins de Rádio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Imprensa tradicional (impressa)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Websites/apps de tv e rádio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Revistas impressas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Blogues	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5. Indique a frequência com que costuma utilizar as seguintes redes sociais. *

Marcar apenas uma oval por linha.

	Todos os dias	Algumas vezes por semana	Algumas vezes por mês	Raramente	Nunca
Facebook	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tumblr	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Twitter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Snapchat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pinterest	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Instagram	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Whatsapp	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Youtube	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6. Indique com que frequência costuma, no seu dia-a-dia, aceder a notícias nas redes sociais seguintes. *

Marcar apenas uma oval por linha.

	Todos os dias	Algumas vezes por semana	Algumas vezes por mês	Raramente	Nunca
Facebook	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tumblr	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Twitter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Snapchat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pinterest	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Instagram	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Whatsapp	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Youtube	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

7. De acordo com a sua utilização de redes sociais indique as opções que se aplicam ao seu caso: *

Marcar apenas uma oval por linha.

	Sempre	Na maioria das vezes	Algumas vezes	Poucas vezes	Nunca
Costumo partilhar notícias nas redes sociais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Costumo colocar um "like", "gosto" ou "upvote", etc. em notícias nas redes sociais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Costumo apenas ler os títulos de notícias, sem as ler na íntegra.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Participo em discussões sobre notícias (secção de comentários, fóruns, etc.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8. Na sua opinião como são feitas a maior parte das escolhas sobre que notícias aparecem no newsfeed das redes sociais que utiliza *

Marcar apenas uma oval.

- Por editores e jornalistas que trabalham para grupos noticiosos
- Por editores e jornalistas que trabalham para a própria plataforma onde surgem as notícias
- Aleatoriamente
- Análises algorítmicas
- Nunca tinha pensado sobre este assunto
- Outra: _____

9. Confia nas notícias que surgem nas redes sociais? *

Marcar apenas uma oval.

- Sempre
- Na maioria das vezes
- Algumas vezes
- Poucas vezes
- Nunca

10. Costuma pesquisar sobre a informação avançada por uma notícia nas redes sociais para procurar informação adicional? *

Marcar apenas uma oval.

- Sempre
- Na maioria das vezes
- Algumas vezes
- Poucas vezes
- Nunca

Fenómeno Desinformação/Fake News

11. Indique o seu grau de preocupação em relação à qualidade jornalística. *

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5	
Não estou preocupado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Estou extremamente preocupado

12. Indique o seu grau de preocupação em relação à integridade jornalística. *

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5	
Não estou preocupado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Estou extremamente preocupado

13. Justifique a resposta anterior

14. Indique o seu grau de preocupação em relação ao fenómeno da desinformação/fake news *

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5	
Não estou preocupado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Estou extremamente preocupado

15. Indique o seu grau de preocupação em relação aos efeitos na sociedade causados pela desinformação/fake news *

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5	
Não estou preocupado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Estou extremamente preocupado

16. Justifique a resposta anterior

17. Considera que a criação de fake news/notícias falsas deve estar protegida pelo princípio constitucional de liberdade de pensamento e expressão? *

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5	
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Concordo totalmente

18. Justifique a resposta anterior

19. Há tipos de discurso ou expressões de opinião que devem ser banidos ou suprimidos de modo a evitar conflitos de ideias, valores e susceptibilidades. *

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5	
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Concordo totalmente

20. Justifique a resposta anterior

Analise a seguinte homepage de um jornal

The screenshot shows a newspaper homepage with several news items:

- Top Left:** A photo of Elisa Ferreira speaking at a podium. Below it, the headline reads: "Caso problemático". Elisa Ferreira vai tutelar fundos distribuídos pelo marido. A sub-headline mentions: "Eurodeputados consideram que pode existir um conflito de interesses, já que a comissária irá gerir uma pasta que integra os fundos comunitários e o marido é...".
- Top Center:** A large photo of a building with a fountain in front. The headline is: "Coimbra eliminou a vaca para salvar o planeta. E as outras universidades?". A sub-headline says: "As alterações climáticas não passam ao lado da agenda dos reitores de várias universidades portuguesas, que competem entre si pela instituição mais ecológica. A Universidade do Minho, por exemplo, tem sido considerada a mais sustentável do p...".
- Top Right:** A headline: "Menos de metade das empresas prevê contratar em 2020".
- Middle Right:** A headline: "Israel. A árdua tarefa de encontrar um governo". A sub-headline says: "Oposição centrista elege mais um deputado do que o partido de Netanyahu. A chave para a formação de um executivo pode estar em Avigdor Lieberman, um racionalista qu...".
- Bottom Left:** A small section for "PAN (Itália)" with a photo of a man and the name "Alexandre Crespo".
- Bottom Center:** Three small text boxes: "Especialista considera 'alarmista' eliminação da carne de vaca das cantinas d...", "Sem carne de vaca nem político, U. Coimbra quer liderar o luta contra...", and "Ambiente: de vaga preocupação a prioridade nacional".
- Bottom Right:** A small photo of a man with the headline: "A ameaça de uma pandemia global é real" e pode matar milhões. Below it, another headline: "CORUPÇÃO NO RESÍDUO DAS BOLAS Secretário de Estado da Protecção Civil demite-se".

21. Considera que é uma página principal de um jornal conceituado? *

Marcar apenas uma oval.

Sim

Não

22. Justifique a resposta anterior

23. Na sua opinião quais dos seguintes títulos noticiosos fazem parte de websites de desinformação/fake news *

Marcar tudo o que for aplicável.

- Jovens licenciados juntam-se a professores nas aulas para combater o insucesso escolar
- Programa Sexta Às Nove foi suspenso pela prima de António Costa, que por coincidência é directora de informação da RTP
- Governo Culpa quem vai para a porta antes de abrir, pelos atrasos no Cartão de Cidadão
- SMS's, sorrisos e seguros. Rosa Grilo volta a ser apanhada em contradições.

24. Justifique a resposta anterior

25. Na sua opinião, indique a área mais sujeita à difusão de desinformação/fake news *

Marcar apenas uma oval.

- Política
- Desporto
- Sociedade
- Economia
- Ciência
- Tecnologia
- Saúde
- Outra: _____

26. Indique os meios onde assiste à partilha de fake news *

Marcar apenas uma oval por linha.

	Sempre	Muitas vezes	Frequentemente	Raramente	Nunca
Redes sociais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vídeos (e.g. Youtube)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Podcasts	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Televisão	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jornais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rádio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

27. Indique o seu nível de concordância com os motivos que podem ajudar à proliferação da desinformação/fake news *

Marcar apenas uma oval por linha.

	Concordo totalmente	Concordo	Não concordo nem discordo	Discordo	Discordo totalmente
Interesses políticos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Interesses económicos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Interesses sociais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Construção de identidade através da procura de validação de opiniões e ideologias	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Facilitismo de consumo e partilha proporcionado pelas redes sociais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Níveis baixos de literacia mediática digital dos utilizadores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Criação de caos por parte de "trolls" da internet na Internet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Descrença nos meios de comunicação tradicionais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Decadência da atividade jornalística na era digital	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

28. Leia a seguinte notícia e indique o seu nível de concordância com as afirmações feitas sobre o seu conteúdo. *

O dia em que o povo colocou um deputado no LIXO!

A situação aconteceu no parlamento ucraniano, não no português. Mas fica a esperança de acontecer em todo o mundo, quando for necessário.

Faz este mês cinco anos que o político do partido da oposição da altura na Ucrânia foi colocado no lixo por populares.

Quando o deputado Viktor Yanukovich estava a dirigir-se para o parlamento foi "apanhado" por populares que o colocou literalmente no lixo.

Na altura eles gritaram várias palavras de ordem acusando o deputado de ser um dos responsáveis pela situação de guerra civil e de não aprovar leis para parar o clima de turbulência na região.

"Vivemos num país onde o sangue escorre por tua causa", gritavam os manifestantes que cercaram o contentor do lixo, noticiava na altura a Visão.

Apesar do vídeo ser antigo, ele está a tornar-se novamente viral nas redes sociais.

Assiste ao vídeo aqui:

Marcar apenas uma oval por linha.

	Concordo totalmente	Concordo	Não concordo nem discordo	Discordo	Discordo totalmente
É um artigo de um jornal conceituado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
É um artigo que apresenta factos verdadeiros porque menciona a revista Visão	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Assistiria ao vídeo mencionado se tivesse oportunidade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
O artigo segue o modelo de pirâmide invertida	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Considero interessante este tipo de notícias	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

A linguagem é adequada

Atente à seguinte informação (resumida) avançada por um jornal sobre um composto químico encontrado na natureza

Monóxido de di-hidrogênio:

- é chamado "ácido hidroxílico", a substância é o principal componente da chuva ácida.
- contribui para o "Efeito estufa".
- pode causar queimaduras severas.
- contribui para a erosão da paisagem natural.
- acelera a corrosão e oxidação de muitos metais.
- pode causar falhas elétricas e reduzir a eficácia de freios automotores.
- foi encontrada em tumores retirados de pacientes terminais de cancro.

Apesar do perigo, o monóxido de di-hidrogênio é frequentemente usado:

- como um solvente e refrigerante industrial.
- em centrais nucleares.
- como um extintor de fogo.
- em diversas formas de pesquisa cruel com animais.
- em combinação com pesticidas. Mesmo após enxaguamento, a contaminação por este composto permanece.
- como aditivo em certos "junk foods" e outros produtos alimentares.

29. Com base nesta informação concorda que esta substância deve ser regulada, restrita ou banida? Justifique. *

Breves palavras.

Marcar apenas uma oval.

Sim

Não

Não estou seguro

30. Justifique a resposta anterior *

Analise os seguintes textos:

Um português de 45 anos foi morto à facada em São Paulo, no Brasil, na madrugada desta terça-feira, após descobrir que a mulher mantinha um relacionamento amoroso com o agressor.

Segundo avança o site G1 da Globo, o autor do crime colocou-se em fuga e ainda não foi localizado pela Polícia Civil brasileira.

De acordo com a mesma fonte, o homem, Carlos Marques da Costa Ferreira, e a sua mulher estavam a chegar ao apartamento onde moram quando foram abordados pelo suspeito.

Após uma discussão, o agressor golpeou a vítima, mas quando a Polícia Militar chegou o português já estava morto.

Texto #2

Miguel Frasquilho, enquanto deputado do PSD, foi vice-presidente da Comissão Parlamentar que sancionou (branqueou) o processo de privatização da EDP, então entregue aos chineses. Ao mesmo tempo, trabalhava no privado Grupo Espírito Santo, que assessorava os chineses no processo... de aquisição da EDP.

Foi premiado com o cargo de Presidente do Instituto Público AICEP onde promoveu investimentos na China... do Grupo Espírito Santo. Sabe-se também que os seus familiares receberam dinheiro do "Saco Azul" do Grupo Espírito Santo. Foi acusado? Condenado? NÃO!

Com todo este currículo (cadastro), este social democrata foi nomeado, pelo actual governo socialista, chairman da TAP. Porque é "de confiança" (do PSD e do PS). E já pôs a TAP a dar prejuízo!

31. Qual dos textos pensa ser proveniente de uma fonte de desinformação/fake news? *

Marcar apenas uma oval.

Texto 1

Texto 2

32. Justifique a resposta anterior. *

Por breves palavras suas demonstrando o raciocínio

Analise a seguinte página principal de um jornal

The image shows a news website homepage with a red navigation bar at the top containing categories like HOME, WTF, NOTÍCIAS, SAÚDE, FAMOSOS, LIFEHACKS, CRIANÇAS, ALERTAS, ANIMAS, DESPORTOS, and MOTIVACIONAL. Below the navigation bar is a row of six news thumbnails with headlines such as 'STALLONE MORREU ESTA MADRUGA', 'ZÉ MARIA: 11 ANOS DEPOIS NEM IMAGINAS O QUE DE FAZ PARA GANHAR A VIDA', 'FELICIA ORCENADO DE JOSE ALBERTO CARVALHO DEIXA DOLEGAS DA TV REVOLTADOS', 'CORPO DE MORTOS POR ENCONTRO DO AUTOR CONFESSOU HOJE O CRIME', 'JOVEM FULGELI SARFACEDO NA 'PASSARINHA' DA RAMOBADA', and 'NORDEL COMO ISTO PASSOU NA TV'. Below this is a 'MORE STORIES' section with four articles: 'Morreu o cantor Roberto Leal', 'Homem finge ser surdo-mudo durante 62 anos para não ter de aturar a mulher', 'Desempregada ofereceu "limpeza de casa" em troca de uma refeição', and 'Justiça deixa cair acusação contra Cristiano Ronaldo'. To the right is a 'SEQUE-NOS NO FACEBOOK' section for 'Rebenta a Bolha' and a 'RECOMENDADO PARA SI' section with a video thumbnail.

33. Considera que é uma página principal de um jornal conceituado? *

Marcar apenas uma oval.

Sim

Não

34. Justifique a resposta anterior:

35. Exprima a sua opinião em relação à eficácia dos seguintes meios no combate à desinformação/fake news *

Marcar apenas uma oval por linha.

	Totalmente eficaz	Muito eficaz	Eficaz	Pouco eficaz	Nada eficaz
Regulamento legislativo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mudanças estruturais no ecossistema digital	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Desenvolvimento de ferramentas que ajudam o utilizador a identificar fake news na sua navegação pela Internet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Maior Literacia Mediática Digital (Educação/formação)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Anexo II - Guião de entrevista

Local: _____

Propósito da entrevista:

Esta entrevista enquadra-se no estudo que está a ser desenvolvido no âmbito do mestrado em Comunicação Aplicada da ESEV e tem como objetivo:

Conhecer a opinião de docentes que lecionam no curso de comunicação sobre a relação dos seus estudantes e com as *fake news* e o fenómeno da desinformação.

No âmbito do estudo que estamos a desenvolver, também já foi realizado um inquérito por questionário a estudantes sobre o mesmo tema.

Consentimento/Declaração de privacidade:

A proteção da sua privacidade durante o tratamento dos dados é uma parte fundamental da nossa investigação. Todos os dados são confidenciais e utilizados exclusivamente para fins académicos, nomeadamente para a elaboração de dissertação de mestrado. Com o seu consentimento, a entrevista será gravada em áudio e, numa fase posterior, transcrita para tratamento de dados. Os resultados serão integrados na dissertação e posteriormente em artigos científicos de divulgação do estudo. A duração prevista é de cerca de 30 minutos e qualquer dúvida ou questão poderá contactar-me através de e-mail: maneljoacardoso@gmail.com.

Assinalar com um círculo:

- Concordo e aceito participar
- Não concordo e não aceito participar

Entrevistador: _____

Entrevistado: _____

Data: _____

Agradeço a sua participação.

Se desejar, poderemos enviar os resultados do estudo se assim desejar.

Formato da entrevista: semiestruturada. Guião pré-estabelecido, mas com possibilidade de aprofundamento

Tópico 1 – Breve caracterização do participante

1. Idade:
 - 20-30
 - 31-40
 - 41 ou mais
2. Há quanto tempo é Professor no Ensino Superior?
3. A que anos leciona no curso de comunicação?
4. Em termos da sua formação, qual é o seu percurso académico?
5. Para além de docente, exerce ou exerceu outra atividade profissional ligada à área da comunicação?

Tópico 2 – Desinformação

Existe um consenso em admitir que as FN desempenharam um papel fundamental na eleição de Donald Trump e o Brexit em 2016 e recentemente com Bolsonaro no Brasil. Assistimos a outros eventos como o assassinato do general iraniano Soleimani e a resposta com um ataque a uma base militar norte-americana no Iraque com o número de feridos a ser alvo de grande debate e ainda o abate a míssil do Boeing ucraniano 737 por parte das autoridades iranianas. O recente aparecimento do novo coronavírus na China foi envolto em mistério até terem surgido as primeiras vítimas internacionais.

Todos estes eventos foram, de algum modo, alvo de campanhas de desinformação por parte das autoridades e grupos específicos para manipular a perceção do público.

Tendo isto em consideração:

1. Qual é a sua opinião em relação ao fenómeno da desinformação?
2. De acordo com pesquisas recentes, verificamos que a ERC e outras instituições pedem por maior controlo legislativo. Acredita que a criação de desinformação deveria ser penalizada legislativamente?
 - o Possibilidade de abrir precedentes perigosos?
 - o É discurso/informação que deve ser protegido pelo princípio de liberdade de expressão?
3. Na sua perspectiva, como é que as *fake news* encontram sucesso junto da população?
 - o Que meios considera serem facilitadores de difusão de notícias falsas?
4. Na sua opinião, quais serão as melhores estratégias para combater a desinformação?

Tópico 3 – Estudantes

1. Em termos de hábitos de consumo de informação, tem algum feedback dos seus estudantes em relação aos meios que privilegiam para se manterem informados?
2. Tendo em conta a sua experiência, considera que os jovens que entram no E.S. estão preparados para lidar com o fenómeno da desinformação?

- a. Por exemplo, se pedisse aos seus alunos para distinguirem uma notícia credível de uma falsa, considera que teriam competências para fazerem essa distinção?
 - i. O que acha que poderá dificultar essa distinção?
3. Na sua percepção, acha que os estudantes compreendem as implicações éticas na criação e partilha de fake news?
4. Na sua opinião, os alunos de comunicação no E.S. desenvolvem as competências necessárias para lidar com a desinformação?
 - a. Considera que o fenómeno justifica ajustes curriculares no E.S.?
 - i. Possivelmente mais cedo (secundário, ciclo)
5. De acordo com a sua experiência, já se deparou com situações em que os alunos partilharam/acreditaram em notícias falsas?
 - a. Que cuidados considera ser importante transmitir a estes estudantes?
6. Em relação aos estudantes e enquanto professor no curso de Comunicação quais os maiores desafios que enfrenta atualmente?

Conclusão

1. Por último, gostaria de lhe perguntar se já se encontrou numa posição de acreditar/partilhar/consumir *fake news*?

Obrigado pela disponibilidade e colaboração.