

Disinformation, media literacy and journalism: proposals from journalists in Portugal

Desinformação, literacia mediática e jornalismo: propostas dos jornalistas em Portugal

Luísa Torre*, Pedro Jerónimo**, Inês Amaral***

*  Departamento de Comunicação, Filosofia e Política, Universidade da Beira Interior/LabCom (luisa.torre@ubi.pt)

**  Departamento de Comunicação, Filosofia e Política, Universidade da Beira Interior/LabCom (pj@ubi.pt)

***  Departamento de Filosofia, Comunicação e Informação, Universidade de Coimbra/CES (ines.amaral@uc.pt)

Abstract

The emergence of the phenomenon of disinformation has brought the fields of journalism and media literacy closer together, the latter being seen as a crucial skill for navigating the digital ecosystem. As this is a systemic and broad problem (Wardle & Derakhshan, 2018), strategies to combat it must involve various actors, including journalists, who play a crucial role in implementing practices against disinformation. However, while it used to be assumed that the media would educate for citizenship, in addition to informing and entertaining, today the view is emerging that citizenship itself must be formed from education for good use of the media (Sádaba & Salaverría, 2022). The promotion of media literacy actions by journalists or through the media is not new, but as a rule they are not prioritized activities in journalistic spaces (Brites & Pinto, 2017). This article aims to understand the perceptions and proposals of journalists working in Portugal regarding the relevance and effectiveness of Portuguese journalism in combating disinformation. A questionnaire survey was applied, in which an open question (n=169) aimed to verify these perspectives. Content analysis (Bardin, 1977) was carried out on the sample, revealing that journalists are focusing on four main strategies to combat disinformation: improving journalistic practices, including strengthening verification routines; improving regulatory bodies, with more effective sanctions; strengthening the profession's ethical values and principles; and increasing levels of media literacy through educational strategies and critical reflection.

Keywords: disinformation, journalists, trust, media literacy, ethics and deontology, journalism quality

Resumo

A emergência do fenómeno da desinformação tem aproximado os campos do jornalismo e da literacia mediática, sendo a última vista como competência crucial para navegar o ecossistema digital. Como este é um problema sistémico e amplo (Wardle & Derakhshan, 2018), as estratégias para combatê-lo devem envolver diversos atores, inclusive jornalistas, que desempenham um papel crucial na implementação de práticas contra a desinformação. No entanto, se antes esperava-se dos meios de comunicação a função de formar para a cidadania, hoje emerge a visão de que a própria cidadania deve ser formada a partir da educação para um bom uso dos meios (Fontcuberta, 1999; Sádaba & Salaverría, 2022). A promoção de ações de literacia mediática por jornalistas ou através dos media não é algo novo, mas por regra não são actividades prioritizadas nos espaços jornalísticos (Brites & Pinto, 2017). Este artigo propõe-se a compreender as perceções e as propostas dos jornalistas que atuam em Portugal sobre a relevância e eficácia do jornalismo português no combate à desinformação. Foi aplicado um inquérito por questionário, em que uma questão aberta (n=169) teve como objetivo verificar estas perspetivas. À amostra, foi empreendida a análise de conteúdo (Bardin, 1977), revelando que os jornalistas apostam em quatro estratégias principais para combater a desinformação: uma

melhoria nas práticas jornalísticas, incluindo o reforço das rotinas de verificação; o aprimoramento dos órgãos reguladores, com sanções mais efetivas; o fortalecimento dos valores e princípios éticos da profissão; e o aumento dos níveis de literacia mediática através de estratégias educativas e da reflexão crítica.

Palavras-chave: desinformação, jornalistas, confiança, literacia mediática, ética e deontologia, qualidade do jornalismo

Introdução

A emergência da desordem da informação - definida por Wardle & Derakhshan (2018) como um fenômeno amplo e complexo que inclui a disseminação de desinformação, má informação e informação incorreta na esfera pública - e sua relevância nos contextos democráticos têm motivado, por parte de atores e entidades, a busca por ações que possam trazer respostas a estes desafios. Isto envolve o desenvolvimento de diretrizes, códigos de conduta, transparência, prestação de contas e mecanismos de revisão, atingindo especialistas da área de regulação, do jornalismo, da tecnologia e da educação, entre outros (Frau-Meigs, 2019).

As respostas dadas pelas políticas públicas ao problema da desinformação, de forma geral, têm aproximado os campos profissionais do jornalismo e da literacia mediática e informacional nos esforços para combatê-lo, já que os dois partilham um objetivo comum, o de informar de forma livre (Frau-Meigs, 2022), sendo a literacia mediática definida como o conhecimento e as competências necessários para utilizar e interpretar os media (Buckingham, 2003). Com a disseminação de desinformação e teorias da conspiração em tempos de Covid-19, cresceu a demanda por ações ligadas à educação para os media e à literacia mediática, ou seja, ao processo de ensinar e aprender sobre os media e ao resultado destas intervenções (Hobbs, 2021; Buckingham, 2003). Espera-se que estas soluções estimulem o pensamento crítico, desencadeiem contra-narrativas eficazes e façam emergir novos modelos de engajamento, com envolvimento de agentes privados, públicos e cívicos (Frau-Meigs, 2019), em que os media e os jornalistas também podem desempenhar um papel relevante. Neste sentido, a literacia crítica "dá aos indivíduos o poder sobre as suas culturas e, assim, permite que as pessoas possam criar os seus próprios sentidos e identidades e desenhar e transformar as condições materiais e culturais das suas sociedades" (Kellner & Share, 2005, p. 381).

Entende-se que literacia mediática são as competências adquiridas pelos cidadãos a partir de uma prática de ensino e aprendizagem sobre os media, que permitirá aos cidadãos lidarem com os media de forma autónoma, esclarecida e crítica, sendo essenciais para a sobrevivência dos cidadãos em contextos de imediatismo e excesso de informação (Silveira & Morais, 2022; Lopes, 2011; Lopes & Moreira, 2022). Envolve cinco processos: fazer escolhas responsáveis na partilha de materiais e informações; analisar criticamente a qualidade e credibilidade de um conteúdo; criar conteúdos em uma variedade de formas; refletir sobre o próprio comportamento a partir de uma visão de responsabilidade social e princípios éticos; agir socialmente e compartilhar conhecimento para resolver problemas, participando como membro de uma comunidade (Livingstone, 2004; Hobbs, 2021). A partir do campo da literacia mediática, emergem a literacia para as notícias, associada ao envolvimento crítico com notícias, para avaliar a credibilidade, o rigor e o enviesamento de histórias noticiosas, e o papel do jornalista nelas; a literacia crítica dos media, que vai englobar a leitura e escrita de todos os tipos de textos e aprofundar sua análise para questionar as relações entre media, informação e poder; e as literacias cívico-mediáticas, que combinam o desenvolvimento de

competências ligadas a compreensão de como os sistemas políticos atuais e de produção de informação e de media funcionam, em uma perspectiva coletiva que estimula possibilidades de transformação social (Mihailidis, 2019; Share, 2019; Clark, Jimenez & Suskin, 2019).

Todos estes pontos tocam em uma questão fundamental para os navegadores dos ecossistemas digitais: saber reconhecer e agir contra a desinformação. Desta forma, promover a literacia mediática e digital torna-se estratégia de desenvolvimento democrático, uma vez que a ausência destas competências diante da exposição a conteúdos falsos impede os cidadãos de fazerem escolhas informadas, afetando a natureza e a qualidade do debate público (Silveira & Morais, 2022). Será difícil participar da sociedade sem estar informado e, enquanto o jornalismo ainda for uma parte relevante na conexão entre indivíduos e sociedade, a literacia dos media estará imbricada na literacia cidadã e nas literacias cívico-mediáticas (Brites & Pinto, 2017; Luke, 2012). Os órgãos de comunicação social e os jornalistas, por sua vez, reconhecem que podem e devem ter papel ativo no desenvolvimento da literacia mediática dos seus públicos, com objetivos que passam por "estimular o espírito crítico em relação à informação e à sua qualidade, promover consumos mais conscientes e uma maior participação" (Martins & Fernández, 2022, p. 6).

Jornalistas e a literacia mediática na era da desinformação

Os desafios trazidos pela emergência da circulação de desinformação em uma escala global e de crescente desconfiança nos media resultaram na necessidade de repensar o papel da literacia midiática e da educação formal, não formal e informal para os media (Mason, Krutka & Stoddard, 2018). Se até o final do século XX prevalecia uma visão de que os meios de comunicação tinham a função de formar a cidadania a partir da interpretação da realidade, hoje uma nova ideia emerge: a de que a própria cidadania deve ser formada a partir de um bom uso dos meios, para que os indivíduos possam identificar o que é informação fiável e distingui-la de falsidades, crescendo a ideia de que a literacia mediática é uma habilidade chave para navegar nos ecossistemas digitais (Fontcuberta, 1999; Sádaba & Salaverria, 2022).

A desinformação, conteúdos falsos, que incluem elementos deliberadamente enganadores no seu conteúdo ou no seu contexto, produzidos com a intenção de enganar e alcançar objetivos económicos ou ideológicos, possibilita a ascensão de uma nova economia política assente no clickbait (Bakir e McStay, 2018; Wardle e Derakhshan, 2018; Tandoc Jr., Lim & Ling, 2018; Monsees, 2023). Traz também consequências para a prática do jornalismo e para a credibilidade jornalística em todo o mundo, conduzindo a opinião pública a interesses espúrios e manipulando a atenção dos media (Balod & Hameleers, 2021).

Em um cenário mediático em transformação, em que é crescente a desconfiança dos cidadãos nos media, os jornalistas tomaram consciência sobre as necessidades e as possibilidades de resistir, tornando-se defensores de seu campo (Jaakkola, 2022). Estudos mostram que os jornalistas estão preocupados com o fenómeno da desinformação e que percebem que a circulação de desinformação nas redes sociais modifica suas rotinas profissionais (Schapals & Bruns, 2022; Rodríguez & Jiménez, 2021). Ao mesmo tempo, eles passaram a implementar medidas para proteger e legitimar a profissão, incluindo a reafirmação discursiva da sua autoridade e importância para a democracia e o recurso a um "pânico moral" em torno do fenómeno da desinformação (Farkas, 2023; Carlson, 2020). Além disso, também como resposta a estes fenómenos, jornalistas e media buscam aumentar os níveis de transparência dos processos editoriais; reforçar e adaptar normas e práticas de reportagem; reafirmar a ética da a profissão e as regras deontológicas do jornalismo

e realizar coberturas mais diversificadas nos meios de comunicação social (Macaraig & Hameleers, 2022; Renedo-Farpón, Canavilhas & Díez-Garrido, 2023; Schapals & Bruns, 2022). Por outro lado, recorrem a parcerias, projetos, visitas a escolas, em um movimento pela literacia mediática (Jaakkola, 2022).

Esforços feitos por organizações mediáticas e por jornalistas pela educação para os media não são novos, fornecendo formas essenciais de construir futuras audiências, desenvolver mecanismos de participação dos públicos no jornalismo e, mais recentemente, combater a desinformação (Jaakkola, 2022). Em Portugal, há mais de 10 anos, alguns projetos têm demonstrado como os jornalistas podem assumir um papel mais ativo na promoção da literacia mediática, experiências que indicam que estes também podem ser agentes centrais nas acções de combate à desinformação no país, com práticas que passam pela formação de professores por jornalistas e académicos do jornalismo na promoção da literacia mediática aos alunos (Tomé, 2019). Em 2020, na sequência de uma moção saída do 4.º Congresso dos Jornalistas Portugueses, realizado em 2017, e que apontava no mesmo sentido, surge a Associação Literacia para os Media e Jornalismo.

Além disso, órgãos de comunicação social nacionais, como o Público ("Público na Escola") e o Jornal de Notícias ("MediaLab"), também desenvolvem acções de literacia mediática, com workshops nas redações e nas escolas, visitas à redação, produção de jornais nas escolas e concurso de jornais escolares (Brites e Pinto, 2017), o que também é atualmente feito a nível regional, por exemplo, pelo jornal Região de Leiria ("RL nas Escolas"). Estes projetos, no entanto, não parecem integrar completamente os jornalistas a acções de literacia mediática. Um estudo realizado em 2017 (Brites & Pinto, 2017) mostra que embora os jornalistas reconheçam a relevância destes projetos, que têm potencial de aumentar o conhecimento do público e levar a uma visão mais positiva dos jornalistas, eles não são vistos como "relevantes o suficiente para aumentar os lucros" (Brites & Pinto, 2017, p.42, *tradução nossa*), o que faz com sejam tratados como actividades secundárias, para as quais os jornalistas não têm tempo de se dedicar, uma vez que, neste estudo, poucos jornalistas dizem lembrar de ter estabelecido contato com projetos desenvolvidos dentro das empresas jornalísticas. Eles se mostram mais preocupados com cortes financeiros e de pessoal, o que sobrecarrega os profissionais restantes (Brites & Pinto, 2017), sendo esta a razão determinante para o desinvestimento na literacia mediática por parte destes profissionais. Observa-se, desta forma, que pressões como desprofissionalização, vínculos precários, baixa remuneração e demissões em massa fazem-se sentir também a nível pessoal (Deuze & Witschge, 2016).

Jornalistas também acreditam que a validação e a precisão são padrões centrais do jornalismo, e, nesta visão, acreditam que desempenhar o papel jornalístico com imparcialidade e precisão é a contribuição mais adequada dos jornalistas para a melhoria da alfabetização noticiosa, sendo algo que já é feito ao produzir noticiário (Brites & Pinto, 2017). Ao mesmo tempo, eles reconhecem que iniciativas como esta servem para melhorar a sua imagem, transmitindo uma visão positiva da profissão.

A percepção dos jornalistas sobre os problemas de desinformação, e em que medida a literacia mediática é vista como proposta para enfrentar este fenómeno, entretanto, ainda não está totalmente investigada, carecendo de estudos mais aprofundados. Este artigo propõe-se a compreender as percepções dos jornalistas que atuam em Portugal sobre desinformação, quais são suas propostas sobre a relevância e eficácia do jornalismo português no combate a este fenómeno e qual a relevância que eles acreditam ter neste processo.

Foi realizado um inquérito por questionário em que jornalistas que trabalham em Portugal indicaram as suas perspetivas sobre a relevância e eficácia do jornalismo português no combate à desinformação. A análise dos dados sugere que, como propostas para o enfrentamento do fenómeno, os jornalistas apontam

primordialmente para a melhoria da qualidade do jornalismo praticado, enfatizando boas práticas produtivas e o reforço das rotinas de verificação; em segundo lugar, para mudanças na regulação do setor e melhores mecanismos de fiscalização; em terceiro, para o fortalecimento do jornalismo, incluindo o reforço aos princípios éticos e deontológicos da profissão; e sendo apenas o quarto ponto mais mencionado, para o aumento dos níveis de literacia mediática através de estratégias de interação com fontes de informação e reflexão crítica. Os resultados sugerem que a promoção da literacia mediática permanece uma ação não prioritária do ponto de vista dos jornalistas, em linha com os resultados de Brites & Pinto (2017), mesmo quando confrontados com o novo desafio da desinformação.

Metodologia

Perguntas de investigação

Este estudo empírico faz parte de um projeto em curso que visa identificar e analisar estratégias e práticas de verificação de factos por jornalistas e a relação com as audiências neste processo. Este artigo baseia-se em dados recolhidos a partir de um inquérito nacional realizado com jornalistas que atuam em Portugal. Pretende-se responder às seguintes questões de investigação:

RQ1. Quais são, na visão dos jornalistas, as melhores soluções para combater a desinformação?

RQ2. Qual é a relevância que os jornalistas acreditam ter no combate à desinformação?

Recolha de dados e desenho da investigação

Este estudo baseia-se em um inquérito nacional realizado a jornalistas que trabalham em Portugal, aplicado durante os meses de julho, agosto e setembro de 2022, e intitulado "Desinformação e Fact-checking". O inquérito por questionário foi distribuído pelos serviços da Comissão da Carteira Profissional de Jornalista (CCPJ) junto dos 7.015 detentores de um título profissional ou equivalente, utilizando a plataforma LimeSurvey. Foram consideradas válidas 485 respostas, o que representa 7% da população. Esta é uma amostra não probabilística, sem seleção dos inquiridos e sem margem de erro definida para os resultados. Este questionário recolheu dados sociográficos e da situação profissional e laboral dos inquiridos; sobre as rotinas profissionais dos inquiridos, mais especificamente sobre as relações com fontes e o uso de redes sociais na prática jornalística; e sobre suas perspectivas e atitudes relativamente à desinformação e aos mecanismos de autorregulação, transparência e responsabilização do jornalismo. No final do questionário, foi incluída uma pergunta de resposta aberta para que os inquiridos pudessem refletir, de forma livre e opcional, sobre a relevância e eficácia do jornalismo português no combate à desinformação para avançar com uma estratégia de combate à desinformação que envolva mecanismos como políticas, publicações ou instrumentos desenvolvidos pelas empresas de media. Esta seção obteve 167 respostas válidas, cuja descrição e análise são alvo desta investigação.

Para analisar estas respostas, foram utilizados métodos quantitativos e qualitativos. Inicialmente, foi feito recurso ao software SPSS Statistics 28. Depois, cada resposta foi analisada de forma pormenorizada e nelas foram observadas causas para o fenómeno da desinformação e propostas para combatê-las. Algumas respostas, mais precisamente 51 delas, não continham propostas, apenas causas para o fenómeno; e 38 respostas continham mais de uma proposta (ao menos 2 e no máximo, 7). As respostas foram examinadas

através de uma análise de conteúdo (Bardin, 1977), a fim de manipular o seu conteúdo e expressão para chegar à inferência de observações relacionadas com a tipologia das propostas dos jornalistas, para as quais recorreremos a indicadores qualitativos. Entre as 167 respostas válidas analisadas, foram apontadas 173 propostas para combater a desinformação. Neste trabalho, serão descritas apenas as propostas feitas pelos jornalistas, identificadas a partir da análise de conteúdo.

Após uma análise exploratória do material, as propostas dos jornalistas foram classificadas em 10 categorias, descritas a seguir (Quadro 1).

Quadro 1: Descrição das categorias de propostas de jornalistas para combater a desinformação

Categoria	Descrição
Autorregulação	Desenvolvimento, nas redacções, de mecanismos de combate à desinformação, tais como conselhos, manuais e códigos de conduta.
Condições de Trabalho	Propostas para as condições de trabalho, como a baixa remuneração, a reduzida quantidade de jornalistas para desempenhar as actividades nas redacções e a elevada carga de trabalho.
Ética e Deontologia	Princípios éticos, o código deontológico, os valores e a epistemologia do jornalismo, a independência, o rigor e a honestidade no trabalho dos jornalistas enquanto profissionais.
Formação dos Jornalistas	Melhoria da qualidade da formação e treinamento dos jornalistas, tanto nas universidades como nos cursos profissionais.
Legislação e Políticas Públicas	Alterações no quadro legislativo, desenvolvimento de políticas públicas de apoio a meios de comunicação social de menor dimensão e criação de financiamento estatal para actividade.
Regulação	Propostas relacionadas com entidades reguladoras dos media e dos jornalistas, e punição administrativa àqueles que não cumprem as regras deontológicas.
Literacia Mediática e Educação	Aumento dos níveis de literacia mediática junto de públicos gerais ou específicos (idosos ou crianças em idade escolar), com iniciativas educativas das audiências e com a formação de cidadãos.
Qualidade do Jornalismo	Melhoria na qualidade da produção jornalística, incluindo práticas de verificação e cruzamento de fontes, aumento da diversidade de perspectivas nas notícias e na eliminação de más práticas nas redacções.
Questões Políticas e Económicas	Pressões políticas e/ou económicas que interferem ou exercem pressão nos media ou na prática jornalística de uma forma mais geral.
Outros	Questões não enquadradas em outras categorias.

Fonte: elaboração própria

Amostra de trabalho

A amostra total de respondentes ao inquérito é constituída por jornalistas que trabalham em Portugal, sendo composta por 60% de indivíduos do sexo masculino, 39,6% do sexo feminino e 0,2% de outro sexo; com 52,5% dos inquiridos a terem entre 41 e 60 anos ($M=48$; $SE=13,640$), 29% entre 21 e 40 anos, e 18,5% com 61 anos ou mais; e com 75,6% dos inquiridos a possuírem um curso superior.

Da amostra, 37,3% é repórter, 16,9% é colaborador permanente, 13,8% é editor e 10% é diretor; e 53,9% trabalha para a imprensa escrita e respetivos meios online; 14,2% trabalha para a rádio; 11,5% trabalha para a televisão e 12,1% trabalha para um meio exclusivamente online. A maioria dos inquiridos (59,3%) trabalha para um meio de comunicação social nacional, 33% para um meio regional ou local e 7,7% para um internacional. A maioria dos respondentes afirmou que concorda que a desinformação é uma questão relevante no contexto português, e cerca de metade dos inquiridos atribuiu aos media e aos jornalistas um peso moderado, alto ou muito alto na promoção ou disseminação de desinformação (Miranda, Torre & Jerónimo, 2023).

Resultados

O papel do jornalista na luta contra a desinformação

Após a análise exploratória, que permitiu delinear 10 categorias já descritas na secção anterior, são destacadas e apresentadas as respostas-chave de cada categoria. As respostas destacadas podem ou não prover de diferentes inquiridos. As respostas são transcritas de forma literal, entre aspas, com correção de eventuais erros gramaticais e de digitação para facilitar a compreensão das propostas.

Mais de 70% das propostas dos jornalistas (72,2%) referem-se a quatro categorias: Qualidade do Jornalismo (21,4%); Regulação (18,5%); Ética e Deontologia (17,3%); e Literacia Mediática e Educação (15,0%) (Tabela 1). As respostas a estas categorias serão pormenorizadas a seguir.

Tabela 1: Classificação em categorias das propostas dos jornalistas

Categoria	Quantidade	%
Autorregulação	4	2,3%
Condições de Trabalho	10	5,8%
Ética e Deontologia	30	17,3%
Formação dos Jornalistas	9	5,2%
Legislação e Políticas Públicas	15	8,7%
Regulação	32	18,5%
Literacia Mediática e Educação	26	15,0%
Qualidade do Jornalismo	37	21,4%
Questões Políticas e Económicas	3	0,6%
Outros	7	3,5%
Total	173	100,0%

Fonte: elaboração própria

Percebe-se que soluções voltadas à literacia mediática, conforme estudos anteriores apontam, não são vistas como prioridade entre os jornalistas (Brites & Pinto, 2017). Da mesma forma, o fortalecimento da qualidade do jornalismo e da prática ética são apontadas como algumas das principais formas de enfrentar a desinformação. Esta análise sugere, conforme Brites & Pinto (2017), que os jornalistas em Portugal acreditam que fazer bom jornalismo é uma forma de contribuir para a literacia mediática. Outra categoria fundamental, a regulação, mostra que a atuação dos órgãos de regulação não é percebida ser feita de forma efetiva e suficiente no país.

Passando à análise das respostas, a principal categoria, Qualidade do Jornalismo, condensou 21,4% das propostas dos jornalistas para combater a desinformação. Nesta categoria, é possível perceber que a preocupação com a forma como os meios de comunicação cobrem os temas está presente, mas percebe-se ser muito relevante para os jornalistas o reforço da prática do fact-checking a priori, que significa verificar informações e cruzar fontes para ter certeza do que é publicado (Quadro 2). Entre as respostas, é possível perceber algumas dimensões de preocupações recorrentes partilhadas pelos jornalistas em Portugal. Estas respostas podem dar algumas pistas sobre a razão pela qual os jornalistas atribuem um peso relevante à própria classe quando se trata de disseminar ou promover a desinformação.

Quadro 2: Propostas dos jornalistas sobre Qualidade do Jornalismo

Dimensão	Proposta
(1) Boas práticas jornalísticas	"Os jornalistas nunca devem-se esquecer do contraditório"
	"Uma 'boa' notícia deve estar ligada a uma investigação"
	"Maior cuidado por parte dos meios de comunicação na verificação da informação"
	"Apurar a revisão e edição dos conteúdos"
	"Passa por fazer jornalismo de melhor qualidade, ao fazermos bom jornalismo já estamos a aplicar uma série de práticas de verificação"
	"É fundamental que os jornalistas verifiquem e cruzem as fontes"
(2) O reforço ao papel de gatekeeper do jornalismo	"Defendo que cabe ao jornalismo/jornalistas a realização de um trabalho de informação credível, com uma boa filtragem aos conteúdos expostos nas redes sociais"
	"Só o jornalismo salva no universo dos media tradicionais se tiver à sua disposição um corpo heterogéneo de jornalistas que possa constituir massa crítica bastante capaz de filtrar o tráfego de "informações" tóxicas que sempre envolvem as redações dos media"
(3) A velocidade da produção jornalística	"O jornalismo pode contribuir para a desinformação se os seus profissionais exercerem a sua função de forma irrepreensível, procurando obter todos os factos e priorizando a informação completa sobre a velocidade com que tem de ser transmitida"
	"Seriedade, profissionalismo, preservação da memória e tempo para digestão dos acontecimentos"
	"Outra forma de fazer jornalismo, com mais jornalistas, com mais tempo para investigar, cruzar informação, usar múltiplas fontes ou dar prioridade a conteúdos informativos em detrimento dos conteúdos de entretenimento"

(4) A diversidade de perspectivas nas matérias produzidas	"Mais diversidade de fontes e de perspectivas veiculadas pelos meios de comunicação social"
	"Falta generalizar o debate de opiniões"
	"Pelo eventual recurso a comentadores/opinion makers/analistas/peritos de visões distintas sobre a mesma situação ou o mesmo facto"
(5) Tensões no uso das redes sociais na prática jornalística	"Recorrer a menos clickbait nas redes sociais"
	"O jornalismo tem de se afirmar como alternativa à informação que prolifera nas redes sociais. Mas, para tal, tem de se credibilizar. Não pode replicar mentiras, cair no excesso do espetáculo da informação"
	"As redes sociais podem ser o sítio onde ficamos a saber de determinada informação mas não podem nunca ser consideradas uma fonte per si, é sempre necessário verificar e confirmar"
(6) (A falta de) trabalho no terreno	"É urgente criar uma cultura de 'back to the basics'. Nas redações, onde cada vez mais se faz jornalismo sem sair à rua, sem verificação e fontes e sem preocupações de objetividade, verdade é imparcialidade"
	"é importante que os profissionais voltem às 'ruas' e larguem as redes sociais e as secretárias para a realização competente dos trabalhos"
(7) O diálogo com as audiências	"Fake news não se combatem somente com fact checking sobre os conteúdos que surgem nas redes sociais mas sobretudo com bom jornalismo capaz de cativar todos os públicos"
	"Falta também os media mais tradicionais aprenderem a comunicar para públicos menos instruídos"

Fonte: elaboração própria

De forma análoga, quase 20% das soluções apontadas para o fenómeno da desinformação passam pela perspetiva da regulação, tanto em relação aos media como em relação à regulação das licenças cedidas aos jornalistas. É importante salientar que, em Portugal, existe uma entidade reguladora autónoma (ERC - Entidade Reguladora para a Comunicação Social) que tem como função fiscalizar e regular os meios de comunicação social, incluindo a rádio, a televisão, a imprensa e os meios digitais. A nível profissional, a Comissão da Carteira Profissional de Jornalista (CCPJ) cuida do sistema de acreditação profissional dos jornalistas.

Na perspetiva dos jornalistas, a ERC e a CCPJ não têm funcionado como deveriam, e os seus desempenhos devem ser melhorados e reforçados. Algumas das principais propostas referem-se a novas características que a ERC deve ter para poder atuar melhor e impor punições mais duras. Os jornalistas também vêem a CCPJ de forma semelhante, apontando para uma melhoria das suas acções (Quadro 3).

Quadro 3: Propostas dos jornalistas sobre Regulação

Dimensão	Proposta
(1) Regulação dos media	"A ERC deveria ter secção própria para acompanhar o que ocorre nos difusores de informação, seja por que meio for"

	"As entidades reguladoras deviam apertar o filtro e restringir o estatuto de órgão de comunicação social àqueles que o provam ser de acordo com as normas de conduta do jornalismo"
	"A ERC deve ter um papel mais importante e atuar, aplicando o que está na lei"
	"Medidas gravosas para meios que publiquem desinformação"
	"Haver um regulador mais atento e ativo"
	"Deveria ser obrigatório os órgãos de comunicação social terem pelo menos um jornalista com carteira profissional e de preferência na qualidade de Director de Informação"
	"As entidades responsáveis também deviam controlar certa informação que é difundida com muita facilidade nos canais nacionais mais "sensacionalistas""
(2) Regulação da carteira do jornalista	"Faz falta a Comissão da Carteira Profissional de Jornalistas ser mais activa e vigiar quem tem ou não carteira; se faz apenas trabalho jornalístico ou também faz assessoria, por exemplo"
	"Retirada da carteira profissional, por curto tempo, pré determinado, ou no limite, por períodos longos, aos profissionais que atentem contra as regras deontológicas, contra as leis do sector em vigor, contra o código de conduta do órgão de informação para o qual trabalha"
	"Dissociar o direito à carteira profissional de um contrato de trabalho (coloca o direito a ser jornalista na mão dos patrões)"
	"Proponho uma maior intervenção por parte da Comissão da Carteira, na atribuição/retirada do estatuto a quem intencionalmente e de forma recorrente "engana" o público"

Fonte: elaboração própria

A terceira categoria que reuniu mais propostas foi Ética e Deontologia, com 17,3% das soluções apontadas. As respostas mostram que os jornalistas acreditam que a adesão a uma prática ética é fundamental no combate à desinformação e que o problema da desinformação seria menos relevante se os jornalistas cumprissem o código deontológico, com punição efectiva para quem não o fizer (Quadro 4). As dimensões apontadas pelos jornalistas apontam para o reforço a valores individuais e da profissão e para espaço para autocritica dos media e dos jornalistas.

Quadro 4: Propostas dos jornalistas sobre Ética e Deontologia

Dimensões	Proposta
(1) Reforço aos valores éticos da profissão	"Ser rigoroso e honesto no trabalho jornalístico"
	"A ética é a chave. Sem jornalistas competentes, não há jornalismo. Portugal caminha para aí"
	"O jornalismo será a principal forma de combate à desinformação, pelo seu sentido crítico e de reflexão a tempo e oportuna. Há que procurar um ponto de equilíbrio, que deve situar-se nos princípios deontológicos e éticos"
	"Lutemos pela verdade, ou o que lhe for mais próximo"
	"Há que combater a desinformação com informação fidedigna. Há que repor a verdade"
	"Rigor, isenção e factualidade"
(2) Reforço aos valores éticos individuais do jornalista	"Cabe a cada um, à essência, aos valores e curiosidade de cada um lutar e questionar se aquilo que está a transmitir é verdade ou não"
	"Bastaria que os jornalistas não o fossem só 8 horas por dia e a uns tantos euros por mês, mas 24 horas por dia"
	"Ações de promoção da ética e deontologia entre os jornalistas, sancionando de modo duro e eficaz quem prevarica"
(3) Seguimento do código deontológico	"Dignificação do jornalismo, com profissionais imunes a pressões internas ou externas, cumpridores do Código Deontológico"
	"O remédio, o velho remédio, chama-se jornalismo, a sério, respeitador do código deontológico"
	"O jornalismo português, se apostar em exercer a sua missão/função com rigor, transparência e respeitando as regras éticas e deontológicas, não cedendo à tentação da rapidez pela rapidez, do imediatismo sem contexto, do clickbait e da guerra de audiências, é fundamental para combater a desinformação."
	"A reflexão sobre o código deontológico e, claro, a integridade devem ser suficientes"

	"Se o jornalista exercer efetivamente a sua profissão, com as exigências deontológicas a serem cumpridas, não há perigo de termos desinformação"
(4) Ética na resistência a pressões	"Lutarem contra a submissão ao "Poder Económico" por parte do patronato"
	"É crucial que os proprietários das empresas jornalísticas não interfiram no trabalho dos jornalistas e que estes sigam com rigor as normas vertidas no respectivo estatuto"
(5) Espaço para a autocrítica	"O trabalho de combate à desinformação tem de começar, antes de mais, pela capacidade de autocrítica dos media e jornalistas, de reconhecerem que são um agente importante nesse problema e que toda a sua atual estrutura de produção/criação de conteúdos e notícias (profundamente alterada devido à falência do modelo de negócio da publicidade e a ascensão das redes sociais) leva ao surgimento de desinformação no seu estado mais grave"
	"O jornalismo português carece de autocrítica interna, tornou-se muito corporativista, e pratica uma espécie de vassalagem profissional, com muita troca de elogios"

Fonte: elaboração própria

Em quarto lugar, 15% das propostas dos jornalistas referem soluções no domínio da Literacia dos Media e Educação, incluindo campanhas públicas de sensibilização para a importância do jornalismo na democracia e a inclusão destes conteúdos na vida escolar dos alunos. Embora muitas das ações propostas estejam focadas nos estudantes e nas escolas, a pertinência de centrar as ações de literacia mediática nas pessoas mais velhas e nas pessoas com baixa escolaridade foi também destacada (Quadro 5).

Os jornalistas destacam a importância da literacia mediática na formação dos indivíduos enquanto cidadãos e falam em campanhas de formação, ressaltando a necessidade de encontrar soluções amplas que envolvem ações educacionais.

Quadro 5: Propostas dos jornalistas sobre Literacia Mediática e Educação

Dimensão	Proposta
(1) Campanhas públicas de consciencialização	"Campanhas públicas de incentivo ao consumo de notícias em contraponto com informações avulsas das redes sociais"
	"O mais necessário seria uma campanha que reaproximasse as pessoas das notícias, lhes desse a noção de como é importante, até para o funcionamento da democracia, estarem atentas e informadas"
	"Formação dos cidadãos/leitores desde os bancos de escola"

(2) Ações educativas nas escolas	"Dotar os alunos/público em geral de ferramentas que lhes permitam identificar as falsas notícias e sentir necessidade de estarem devidamente informados"
	"Fazer chegar o combate à desinformação às escolas, desde o ensino básico ao secundário. Falta ensinar o que é informação; qual é o papel do jornalismo numa democracia; o poder das redes sociais enquanto mecanismo de voz para comunidades e minorias mais frágeis; mas também o perigo que são como forma de difundir conteúdo falso e como máquina de propaganda"
	"Esta temática deve ser tratada e combatida a nível escolar, ensinando e formando jovens para a leitura das notícias, interpretação e procura por fontes credíveis"
(3) Ações educativas com públicos específicos	"A promoção da literacia dos media junto das faixas etárias mais velhas bem como mais novas é um elemento fundamental para o combate à desinformação"
	"Campanhas de formação sobre desinformação e fake news desenhadas para públicos-alvo específicos, como crianças e jovens, idosos ou adultos com baixa instrução"
	"É importante educar para a (des) informação desde a infância"
(4) Ações com a participação de jornalistas	"A promoção de encontros entre leitores e jornalista pode também elevar o cenário global"
	"É fundamental que o jornalismo continue a fazer um fact-checking e a mostrar aos cidadãos o que é a verdade e a combater a desinformação"
	"A proliferação de instrumentos de verificação de factos é um contributo positivo de muitos órgãos jornalísticos para ajudar a "desmontar" as chamadas "fake news""
	"É fundamental criar núcleos de fact-checking dentro de cada redação, especialmente junto dos meios de comunicação regionais"
(5) Consciencialização individual	"Os cidadãos em geral deveriam confirmar os conteúdos que partilham e não partilhar automaticamente"
	"Todos nós, portugueses, temos de assumir um papel de "jornalista-cidadão" e pensar duas vezes sobre replicar ou não determinada notícia que vimos, lemos ou ouvimos, nas nossas próprias redes sociais"

(6) Propostas gerais sobre educação para os media	"O combate à desinformação deverá ser um problema assumido pelos governos e pela sociedade em geral, passando sobretudo pela educação e pela formação de cidadãos consumidores de conteúdos informativos"
	"Para combater isto, deve de facto apostar-se em formação de literacia dos media"
	"O futuro deveria assentar na educação e no combate à infoexclusão"

Fonte: elaboração própria

Outras propostas incluem nova legislação e mais financiamento, tendo sido citado o financiamento público do jornalismo; a melhoria das condições de trabalho, com melhores salários e mais tempo para os jornalistas verificarem a informação e fazerem um melhor trabalho; mais formação para jornalistas em novas tecnologias e formação contínua em temas digitais; e acções de autorregulação, como a criação de grupos de trabalho de desinformação nas redacções e o envolvimento dos meios de comunicação social no combate à desinformação (Quadro 6).

Quadro 6: Outras categorias e algumas das suas propostas

Categoria	Proposta
Autorregulação	"É preciso criar (a par do Conselho de Redacção) um Conselho de combate à desinformação em cada redacção"
Condições de Trabalho	"Valorizar a profissão com salários dignos e contratos de trabalho que permitam boas condições laborais"
Formação dos Jornalistas	"O combate à desinformação e à propagação de notícias falsas ou menos correctas só se efectiva com uma boa formação académica e cultural dos responsáveis pela difusão das notícias"
Legislação e Políticas Públicas	"O Estado tem o dever de criar legislação que proteja os media e encontrar vias de suporte financeiro dos órgãos de comunicação social públicos e privados"
Questões Políticas e Económicas	"Não haver dependência do jornalismo dos poderes político e económico"
Outros	"Alertar os próprios jornalistas para a desinformação"

Fonte: elaboração própria

Discussão e conclusão

Em um contexto global de rápida disseminação de desinformação nos ambientes digitais e da redução dos níveis de confiança nos media tradicionais, em meio a sucessivas crises financeiras e contínuas mudanças

tecnológicas, jornalistas encontram-se cercados de desafios para dar conta de noticiar os acontecimentos de forma fiável e fundamentada, mantendo sua credibilidade como agentes de disseminação de informação verídica, embora parte do público coloque constantemente em causa o seu papel e eficácia.

A partir desta análise, percebe-se que, na visão dos jornalistas, as melhores soluções para combater a desinformação passam por aumentar a qualidade do jornalismo, melhorar a regulação, reforçar a ética e a deontologia e promover acções de literacia mediática, respondendo à RQ1. No que tange às acções em que os media e os jornalistas podem ser os principais promotores, e em resposta à RQ2, ressaltam-se as ideias de fazer “bom” jornalismo e reforçar os ideais éticos e deontológicos do fazer jornalístico, uma vez que a regulação estará a cargo das entidades reguladoras, e em uma escala bastante mais reduzida, promover acções de literacia mediática.

Em relação à qualidade, os inquiridos ressaltam boas práticas como o reforço à verificação das informações e o cruzamento de fontes são destacadas, o reforço ao papel de gatekeeper do jornalismo, a disposição de um tempo maior para a produção de reportagens, com uma investigação adequada dos temas e recurso ao trabalho no terreno e o aumento na diversidade de perspectivas das fontes que ganham voz nas matérias produzidas. Em relação à ética e deontologia, referem o seguimento do código deontológico, o reforço aos valores éticos da profissão e aos valores éticos individuais do jornalista, a resistência a pressões externas e a realização de uma autocrítica. Observa-se, portanto, que os jornalistas veem no reforço a normas e valores já existentes o principal contributo que estes podem prover no combate à desinformação. Prevalece a visão de que se produzirem um jornalismo ético e de alta qualidade, e verificarem factos exactos, isto será o suficiente para que os cidadãos não sejam enganados por conteúdos desinformativos, em linha com resultados anteriores (Brites & Pinto, 2017).

A literacia mediática não é vista como a principal contribuição dos media nesta luta, embora ainda seja relevante, e as competências das acções propostas pelos jornalistas também encontram-se divididas entre poder público (quando se fala de campanhas públicas de consciencialização e acções educativas com públicos específicos), escolas (quando falam em acções educativas nas escolas) e os próprios indivíduos (na consciencialização individual), além dos jornalistas e os media. As medidas sugeridas levam em conta a aproximação entre leitores e jornalistas (a promoção de encontros entre eles), mas a utilização da verificação de informação e a criação de iniciativas de fact-checking para educar o público a distinguir fontes credíveis e ter um olhar crítico sobre a informação são as acções mais referidas entre os jornalistas. Prevalece a ideia de que o combate que os jornalistas podem fazer à desinformação passa por fazer mais e melhor jornalismo, permanecendo a visão mais próxima àquela mais antiga, de que os media que devem educar os cidadãos com conteúdo de aprofundado e de qualidade (Fontcuberta, 1999), sobre a interpretação mais recente de que os cidadãos devem ser formados para utilizar de forma crítica os meios de comunicação social (Sádaba & Salaverría, 2022).

Embora seja possível perceber que os jornalistas vejam projectos voltados à literacia mediática como algo relevante, é possível observar que outras questões mais práticas, mesmo das rotinas produtivas e profissionais, perpassam suas percepções: a falta de tempo para produzir reportagens aprofundadas e de qualidade; os baixos salários praticados no mercado; a falta de pessoal nas redações, que causa a sobrecarga dos profissionais, impactando o trabalho no terreno; a dificuldade em se manter a par do desenvolvimento tecnológico e a necessidade de formação contínua; a pressão por angariar mais cliques e o tratamento dos conteúdos de forma sensacionalista. Todas estas questões, embora toquem em pontos

diferentes, revelam as pressões a que os jornalistas têm de lidar, e que potenciam a própria desinformação, fazendo com que os media e os jornalistas acabem por ser quem ajuda a que ela se propague.

É curioso perceber que estes são temas trazidos pelos próprios jornalistas para este inquérito, uma vez que não haviam sido explorados nele. Neste caso, a pergunta aberta analisada neste trabalho tinha exatamente o objetivo de explorar tópicos que os jornalistas vissem como soluções para a desinformação, o que acabou por revelar que, embora sejam problemas de longa data, a própria classe os conectam a um novo desafio que enfrentam, que é o da desinformação. Além disso, o desenho do inquérito não parece ter condicionado a resposta aberta, já que as perguntas do próprio inquérito não tocam diretamente em questões relativamente à qualidade das práticas do jornalismo; em práticas éticas ou conectadas à deontologia; nem menciona sobre regulação de entidades externas ao jornalismo. Esses são temas, junto com a literacia mediática, que os próprios jornalistas introduzem neste debate relacionado à desinformação e que eles veem como formas de mitigar as consequências deste fenómeno no país.

Estes resultados revelam limitações que devem ser consideradas em investigações futuras para que seja possível compreender melhor o fenómeno da desinformação, não apenas em Portugal, mas também os desafios a enfrentar quando se trata deste assunto. Além disso, emergem outras questões que também podem influenciar o estudo: o que os jornalistas inquiridos entendem por desinformação? Uma definição clara destes conceitos poderá ter impacto na forma como veem as soluções para este fenómeno. Serão estas propostas uma forma também de aumentar os níveis de confiança das audiências nos media, na visão dos jornalistas? Aumentar a confiança será também uma forma de reduzir a disseminação de desinformação? Os jornalistas acreditam que podem contribuir mais ou menos que outros atores no combate à desinformação? Espera-se que estas limitações sejam abordadas à medida que novos estudos sobre este tópico se desenvolvam com o recurso a grupos de foco com jornalistas.

Financiamento

Este trabalho é parte de um projeto financiado pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia, Portugal, com a referência PTDC/COM-JOR/3866/2020.

Referências bibliográficas

- Bakir, V., & McStay, A. (2018). Fake News and The Economy of Emotions: Problems, causes, solutions. *Digital Journalism*, 6(2), 154–175. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1345645>
- Balod, H. S. S., & Hameleers, M. (2021). Fighting for truth? The role perceptions of Filipino journalists in an era of mis- and disinformation. *Journalism*, 22(9), 2368–2385. <https://doi.org/10.1177/1464884919865109>
- Bardin, L. (1977). *Análise de Conteúdo*. Edições 70.
- Brites, M., & Pinto, M. (2017). Is there a role for the news industry in improving news literacy? *Media Education Research Journal*, 7(2), 29–46.
- Buckingham D. (2003). *Media education*. London: Polity Press.

- Carlson, M. (2020). Fake news as an informational moral panic: the symbolic deviancy of social media during the 2016 US presidential election. *Information Communication and Society*, 23(3), 374–388. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2018.1505934>
- Clark, L. S.; Jimenez, C., & Suskin, B. (2019). Literacias Cívico-Mediáticas. Em M. J. Brites, I. Amaral & M. T. Silva (Eds.). *Literacias cívicas e críticas: refletir e praticar* (pp. 81-85). CECS - Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade.
- Deuze, M., & Witschge, T. (2016). O Que o Jornalismo está se Tornando. *Parágrafo*, 4(2), 6–21. <https://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/478/445>
- Farkas, J. (2023). Fake News in Metajournalistic Discourse. *Journalism Studies*, 24(4), 423-441. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2023.2167106>
- Fontcuberta, M. (1999) *A notícia: pistas para compreender o mundo*. Editorial Notícias.
- Frau-Meigs, D. (2019). Information disorders: Risks and opportunities for digital media and information literacy? *Medijske Studije*, 10(19), 10–28. <https://doi.org/10.20901/ms.10.19.1>
- Frau-Meigs, D. (2022). How Disinformation Reshaped the Relationship between Journalism and Media and Information Literacy (MIL): Old and New Perspectives Revisited. *Digital Journalism*, 10(5), 912–922. <https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2081863>
- Hobbs, R. (2021) *Media literacy in action: Questioning the media*. Rowman & Littlefield Publishers.
- Jaakkola, M. (2022). Journalists as Media Educators: Journalistic Media Education as Inclusive Boundary Work. *Journalism Practice*, 16(6), 1265–1285. <https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1844040>
- Kellner, D., & Share, J. (2005). Toward critical media literacy: Core concepts, debates, organizations, and policy. *Discourse: studies in the cultural politics of education*, 26(3), 369-386. <https://doi.org/10.1080/01596300500200169>
- Livingstone, S. (2004). Media literacy and the challenge of new information and communication technologies. *Communication Review*, 7(1), 3–14. <https://doi.org/10.1080/10714420490280152>
- Lopes, P. (2011). Educação para os media nas sociedades multimediáticas. *CIES E-Working Paper Nº108/2011*, 108, 1–30. http://www.cies.iscte.pt/destaques/documents/CIES-WP108_Lopes_000.pdf
- Lopes, M., & Moreira, A. (2022). Educação para os Media nas escolas: referências e recursos para professores. *Rotura – Revista De Comunicação, Cultura E Artes*, 2(1), 18-25. <https://doi.org/10.34623/vp9v-pe30>
- Luke, A. (2012). Critical literacy: Foundational notes. *Theory into practice*, 51(1), 4-11. <https://doi.org/10.1080/00405841.2012.636324>
- Macaraig, A., & Hameleers, M. (2022). #DefendPressFreedom: Paradigm Repair, Role Perceptions and Filipino Journalists' Counterstrategies to Anti-Media Populism and Delegitimizing Threats. *Journalism Studies*, 23(16), 2078–2096. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2022.2138949>
- Martins, A. F. C., & Fernández, O. N. (2022). Jornalismo e Literacia Mediática: Journalism and media literacy. *Rotura – Revista De Comunicação, Cultura E Artes*, 2(1), 6-7. <https://doi.org/10.34623/7nqj-an82>
- Mason, L. E., Krutka, D., & Stoddard, J. (2018). Media Literacy, Democracy, and the Challenge of Fake News. *Journal of Media Literacy Education*, 10(2), 1–10. <https://doi.org/10.23860/jmle-2018-10-2-1>

- Mihailidis, P. (2019). Literacia para as notícias. Em M. J. Brites, I. Amaral & M. T. Silva (Eds.). *Literacias cívicas e críticas: refletir e praticar* (pp. 69-72). CECS - Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade.
- Miranda, J., Torre, L., & Jerónimo, P. (2023). *Desinformação, Transparência e Confiança: Perceções das/dos Jornalistas em Portugal*. Livros LabCom. <https://labcomca.ubi.pt/desinformacao-transparencia-e-confianca-percecoes-das-dos-jornalistas-em-portugal/>
- Monsees, L. (2023) Information disorder, fake news and the future of democracy. *Globalizations*, 20(1), 153-168. <https://doi.org/10.1080/14747731.2021.1927470>
- Renedo-Farpón, C., Canavilhas, J., Díez-Garrido, M. (2023). Transparency mechanisms in the media: analysis of Spain and Portugal. *El Profesional de la información*, 32(1), e320105. <https://doi.org/10.3145/epi.2023.ene.05>
- Rodríguez, N. M., & Jiménez, A. G. (2021). Perception of journalists about disinformation and professional routines in the digital age. *Revista General de Información y Documentación*, 31(2), 601–619. <https://doi.org/10.5209/RGID.79460>
- Sádaba, C., & Salaverría, R. (2022). Combatir la desinformación con alfabetización mediática: análisis de las tendencias en la Unión Europea. *Revista Latina de Comunicación Social*, 81, 17–33. <https://doi.org/10.4185/rics-2023-1552>
- Schapals, A. K., & Bruns, A. (2022). Responding to “Fake News”: Journalistic Perceptions of and Reactions to a Delegitimising Force. *Media and Communication*, 10(3), 5–16. <https://doi.org/10.17645/MAC.V10I3.5401>
- Share, J. (2019). Literacia crítica dos media. Em M. J. Brites, I. Amaral & M. T. Silva (Eds.). *Literacias cívicas e críticas: refletir e praticar* (pp. 73-75). CECS - Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade.
- Silveira, P., & Morais, R. (2022). Literacias, cidadania e democracia: um caminho comum. *Comunicação Pública*, 17(33), 1–8. <https://journals.ipl.pt/cpublica/article/view/720/629>
- Tandoc Jr., E. C.; Lim, Z. W.; Ling, R. (2018) Defining “Fake News”. *Digital Journalism*, 6(2), 137-153. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>
- Tomé, V. (2019). O papel dos jornalistas na criação de projetos de escola em Cidadania Digital. Em P. Lopes & B. Reis (Eds.). *Comunicação Digital: media, práticas e consumos* (pp. 183–215). NIP-C@M. <https://doi.org/10.26619/978-989-8191-87-8.7>
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2018). Thinking about 'information disorder': formats of misinformation, disinformation, and mal-information. Em C. Ireton & J. Posetti (Eds.). *Journalism, Fake News & Disinformation: Handbook for Journalism Education and Training* (pp. 14-25). UNESCO Publishing.