

ANA FRANCISCA ANDRADE & CRISTINA PONTE

ciscaandrade@gmail.com; cristina.ponte@fcsh.unl.pt

FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS,  
UNIVERSIDADE NOVA DE LISBOA, PORTUGAL

## LITERACIA PARA NOTÍCIAS EM TEMPOS DE DESORDEM INFORMACIONAL: PRÁTICAS E COMPETÊNCIAS EM JOVENS ADULTOS

### RESUMO

A omnipresença dos *media* digitais na paisagem mediática contemporânea está a redefinir o papel dos *media* noticiosos nas sociedades, alterando a forma como o público se relaciona com as notícias. Os jovens, em particular, consomem notícias de forma cada vez mais breve e pontual, preferindo o acesso a notícias online, frequentemente em redes sociais, através de dispositivos como smartphones e tablets. Uma vez que a arquitetura da internet potencia a criação, propagação e amplificação de um elevado nível de informação que não é verdadeira, conhecida por desordem informacional (Wardle & Derakhshan, 2017), a literacia para notícias assume um papel fulcral. Esta permite a tomada de decisões informadas por parte dos indivíduos a nível de consumo noticioso, possibilitando um melhor entendimento da realidade e uma participação cívica consciente. Assim, o estudo da base deste capítulo (Andrade, 2019) visa responder à questão: de que forma é que o fenómeno da desordem informacional tem um impacto nas práticas de literacia para notícias de jovens adultos portugueses?

Os conceitos destacados no enquadramento teórico do estudo foram mobilizados na pesquisa empírica junto de jovens adultos, de forma a analisar as suas práticas e competências em matéria de literacia para notícias e compreender que impacto tem o fenómeno da desordem informacional nas mesmas. A metodologia desta pesquisa articulou a realização de grupos de foco com a aplicação de um questionário junto de uma amostra de conveniência composta por 29 jovens adultos (entre os 18 e os 30 anos) de Lisboa e do Funchal.

As conclusões deste estudo indicam que quanto menores forem estas competências, algo que se revela em práticas menos frequentes, ou até mesmo inexistentes, maior será o impacto negativo da desordem informacional na relação de um indivíduo com as notícias e os *media* noticiosos e forma como percebe a realidade que o rodeia.

### PALAVRAS-CHAVE

literacia para notícias; desordem informacional; notícias; desinformação

## 1. INTRODUÇÃO

A presente investigação tem como objetivo responder à pergunta: de que forma é que o fenómeno da desordem informacional tem um impacto nas práticas e competências de literacia para notícias de jovens adultos portugueses?

A questão parte do facto de a omnipresença dos *media* digitais na paisagem mediática contemporânea estar a redefinir o papel dos *media* noticiosos nas sociedades, alterando a forma como o público se relaciona com as notícias (Pérez Tornero & Varis, 2010). Os jovens, em particular, consomem notícias de forma cada vez mais breve e pontual, preferindo o acesso a notícias online, frequentemente em redes sociais, através de dispositivos como smartphones e tablets (Melro & Pereira, 2016). Uma vez que a arquitetura da internet potencia a criação, propagação e amplificação de um elevado nível de informação que não é verdadeira, conhecida por desordem informacional (Wardle & Derakhshan, 2017), a literacia para notícias assume um papel fulcral.

Uma vez que esta literacia permite a tomada de decisões informadas por parte dos indivíduos a nível de consumo noticioso, possibilitando um melhor entendimento da realidade e uma participação cívica consciente (Ashley, Maksl & Craft, 2017; Mihailidis & Viotty, 2017; Panagiotou & Theodosiadou, 2014), torna-se imperativo perceber que práticas e competências de literacia para notícias apresentam os jovens adultos.

Assim, este estudo centra-se na análise das práticas e competências de literacia para notícias de uma amostra de conveniência de 29 jovens adultos, com idades entre os 18 e os 30 anos, oriundos de três grupos de jovens católicos de duas regiões do país (Funchal e Lisboa), de modo a compreender que impacto tem nelas o fenómeno da desordem informacional. Tendo em mente os conceitos destacados na revisão de literatura, foi elaborado um modelo de análise que foi mobilizado em dois instrumentos de pesquisa: a aplicação de um questionário e a realização de grupos de foco.

## 2. REVISÃO DE LITERATURA

A atual paisagem mediática caracteriza-se pelo aumento drástico da omnipresença dos *media* digitais, sendo que a digitalização provocou uma mudança no paradigma comunicacional (Lopes, 2014; Pérez Tornero & Varis, 2010). Na passagem para uma sociedade em rede (Castells, 2005), verificam-se três grandes mudanças: 1) a comunicação passou a organizar-se à volta do negócio dos *media*, que se submeteram às lógicas do consumo e

do mercado, as quais orientam cada vez mais os conteúdos; 2) a sociedade passou para um sistema multimédia “especializado e fragmentado, onde as audiências são cada vez mais segmentadas” (Castells, 2005, p. 24); 3) a mudança estrutural da sociedade provocou a “explosão de redes horizontais de comunicação” (Castells, 2005, p. 24): uma nova lógica de comunicação onde os indivíduos podem comunicar entre si através de canais exteriores àqueles fornecidos pelas instituições da sociedade.

A hegemonia dos *media* digitais provocou profundas transformações no jornalismo, verificando-se um afastamento entre esta área e o conceito de “notícias”, domínios que antes viviam em simbiose (Campos, 2018). O surgimento e popularização destes *media* expandiu não só o acesso à informação, mas também a participação do público na sua criação (Jolls & Johnson, 2018; Wardle & Derakhshan, 2017). Perante esta transformação, os consumidores de conteúdos mediáticos tornam-se nos seus próprios editores, *gatekeepers* e agregadores de informação (Kovach & Rosenstiel, 2010), podendo participar ativamente no processo de criação de notícias.

O consumo informacional tornou-se público graças à emergência das redes sociais online (Wardle & Derakhshan, 2017, p. 12). Nelas, a informação é partilhada em tempo real entre os seus membros, que partilham, muitas vezes, os mesmos interesses e perspetivas em relação ao mundo, fazendo com que a factualidade de uma informação seja raramente contestada (Wardle & Derakhshan, 2017). A esta conjuntura adiciona-se a arquitetura das redes sociais baseada na partilha de conteúdo que apela às emoções e que complexifica o processo de diferenciar o factual do falso. Note-se que, apesar de estas representarem um dos principais elementos de disseminação de informação que não é verdadeira, os meios noticiosos acabam também por participar no processo através da amplificação deste tipo de conteúdo (Phillips, 2017). Aliás, a sua “predileção pelo sensacionalismo, a necessidade constante de apresentar novidades e a sua ênfase nos lucros em vez da responsabilidade cívica” (Marwick & Lewis, 2017, p. 47) fazem com que se tornem vulneráveis à manipulação mediática de grupos online que conhecem bem estas fragilidades. Exacerbado pelas particularidades da paisagem mediática atual, o elevado nível de poluição informacional no mundo em que vivemos apresenta um desafio sem precedentes (Jack, 2017; Wardle & Derakhshan, 2017).

Wardle e Derakhshan apresentam em *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making* (2017) um enquadramento teórico deste fenómeno, esquematizando as formas que assume, as suas diferentes fases e os elementos que nelas participam.

Segundo os autores, a desordem informacional pode assumir três formas: 1) *mis-information*, informação cuja inexatidão não é intencional; 2) *dis-information*, informação que é propositadamente falsa, tendo o propósito de causar dano (a uma pessoa, grupo social, organização ou país em específico); e 3) *mal-information*, apesar de ter um objetivo semelhante à anterior, baseia-se em informações reais.

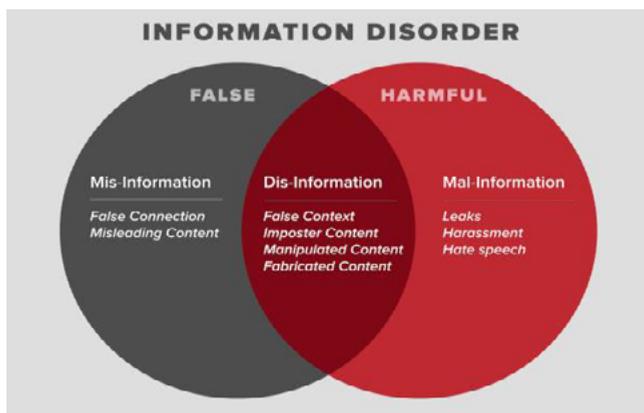


Figura 1: Formas do fenómeno da desordem informacional  
Fonte: Wardle & Derakhshan, 2017, p. 20

O fenómeno manifesta-se em três fases: *criação*, *produção* e *distribuição*, nas quais têm importância três elementos: um *agente* (ou agentes), uma *mensagem* e, por fim, um *intérprete*. Na estrutura proposta pelos autores, o agente está presente nas três fases deste ciclo. Pode ser um agente oficial – serviços de inteligência, partidos políticos ou organizações noticiosas – ou não-oficial. As motivações dos agentes centram-se em redor de quatro fatores: políticos, financeiros, sociais ou psicológicos.

Relativamente à mensagem, há uma maior probabilidade de ser mais apelativa e mais partilhada se seguir uma “fórmula” específica: simultaneamente, provocar uma reação emocional, ter uma componente visual marcante, uma narrativa forte e um grande potencial para ser repetida. Como afirmam os autores, estas características podem ter impacto a longo ou a curto prazo, sendo que o seu grau de factualidade pode variar: “desde uma conexão falsa (por exemplo, num caso onde o título é enganador (também conhecido como *clickbait*) a uma informação 100% falsa. Além disso, uma mensagem pode conter elementos (como logótipos de uma organização

ou empresa ou o nome e/ou imagem de um indivíduo) de forma a parecer ‘creível’” (Wardle & Derakhshan, 2017, p. 38-39)

Já em relação ao intérprete, o público é, raramente, um recetor passivo (Wardle & Derakhshan, 2017, p. 27). Este é composto por indivíduos que interpretam a informação, e atribuem-lhe sentido, de acordo com o seu estatuto sociocultural, posições políticas e experiências pessoais, sendo esses indivíduos influenciados pela sua identidade e pelas suas “tribos” (Maffesoli, 1996).

Segundo peritos da área da comunicação, a solução para a desordem informacional não passa somente por desenvolver medidas a nível tecnológico, pois “a literacia informacional deve promovida a um dos objetivos principais a nível da educação” (Anderson & Rainie, 2017, p. 82). Mihailidis e Viotty (2017) acreditam que a literacia para notícias aumenta o espírito crítico de um indivíduo, fazendo com que seja capaz de detetar casos de *mis-information*, *dis-information* e *mal-information* nas notícias que encontra. Esta literacia é essencial, em especial para as faixas etárias mais jovens, pois é algo que lhes permitirá tornarem-se cidadãos ativos e informados (Hobbs, 2010; Panagiotou & Theodosiadou, 2014).

O interesse pela literacia para notícias, enquadrada na intersecção da literacia mediática e da literacia informacional (Malik, Cortesi & Gasser, 2013) tem registado um crescimento, apesar de não haver na comunidade académica um consenso no que diz respeito à sua definição (Campos, 2018; Malik et al., 2013). Tendo em mente as perspetivas de diversos autores<sup>1</sup>, este estudo conceptualiza literacia para as notícias do seguinte modo: conjunto de competências, conhecimentos e motivações necessários para que um indivíduo se torne, não só num consumidor ativo e crítico de conteúdo noticioso, mas também num cidadão informado, contribuindo, consequentemente, para o desenvolvimento da democracia.

No que diz respeito à relação entre os jovens adultos, as notícias e os *media* noticiosos, transformações como “a proliferação das tecnologias, da comercialização e globalização dos mercados mediáticos, e as inúmeras possibilidades em termos de interatividade” têm um forte impacto na sua vida, alterando a forma como consomem e experienciam as notícias. Melro e Pereira (2016) constatam esta mudança a nível de práticas e usos da informação nesta faixa etária, apontando três tendências: 1) uma diminuição do interesse dos jovens por notícias; 2) um consumo noticioso cada vez

<sup>1</sup> Hobbs (2010), Loth (2012), Malik et al. (2013), Craft, Maks & Ashley (2013), Ashley, Maks & Craft (2013, 2017), Panagiotou & Theodosiadou (2014), Mihailidis & Viotty (2017) e Campos (2018).

mais breve e pontual, havendo uma clara preferência pelo acesso a notícias online, frequentemente em redes sociais, através de dispositivos como smartphones e tablets; e 3) um maior interesse em temáticas de entretenimento, celebridades, desporto, moda, ciência e tecnologia, sendo a política a temática que suscita menos atenção.

A aparente diminuição do interesse de jovens por notícias é algo que tem vindo a intrigar e a preocupar. Tendo em conta os novos hábitos de consumo noticioso apresentados por esta faixa etária, teme-se que tal tenha um impacto negativo nos níveis de participação cívica – e por consequência no funcionamento das sociedades democráticas – e no meio jornalístico (Antunovic, Parsons & Cooke, 2018). Contudo, estudos à semelhança do realizado por Silveira e Amaral (2018) apontam que os jovens têm consciência da importância das notícias, quer para o conhecimento das realidades do país e do mundo, quer para a tomada de decisões informadas e consideram que nem todas as fontes noticiosas são credíveis. Para alguns jovens o confronto de diversos tipos de informação de modo a descobrir a verdade é algo habitual, especialmente se a temática for do seu interesse. Este tipo de práticas relaciona-se com o baixo nível de confiança nos *media* noticiosos por parte dos jovens adultos (Madden, Lenhart & Fontaine, 2017), o qual pode ser encarado como uma consequência do fenómeno da desordem informacional (Marwick & Lewis, 2016; Wardle & Derakhshan, 2017).

O desenvolvimento de competências de literacia para notícias é algo que as camadas mais jovens da sociedade necessitam de forma urgente (Nee, 2019), pois o seu consumo noticioso é em grande medida realizado através de plataformas digitais que são propícias à propagação de desordem informacional (Wardle & Derakhshan, 2017). Neste âmbito, McGrew, Ortega, Breakstone e Wineburg (2017) demonstram que, apesar do elevado nível de destreza digital apresentado por esta faixa etária, as suas competências são insuficientes, algo que pode ter consequências nefastas no que diz respeito ao funcionamento das sociedades democráticas.

### 3. METODOLOGIA

A pesquisa empírica deste estudo assentou numa metodologia qualitativo-quantitativa, articulando a aplicação de um questionário com a realização de grupos de foco junto de uma amostra de conveniência composta por 29 jovens adultos, com idades entre os 18 e os 30 anos, oriundos de

três grupos de jovens católicos de duas regiões do país: Lisboa (Paróquia de Benfica e Movimento Católico de Estudantes) e Funchal (Paróquia da Nazaré).

Com base nos conceitos destacados na revisão de literatura, foi traçado um modelo de análise<sup>2</sup> representado na Figura 2, que foi mobilizado nos dois instrumentos de pesquisa empírica. Esse modelo combina a conceptualização de literacia para notícias atrás mencionada com o enquadramento teórico do fenómeno da desordem informacional (Wardle & Derakhshan, 2017).

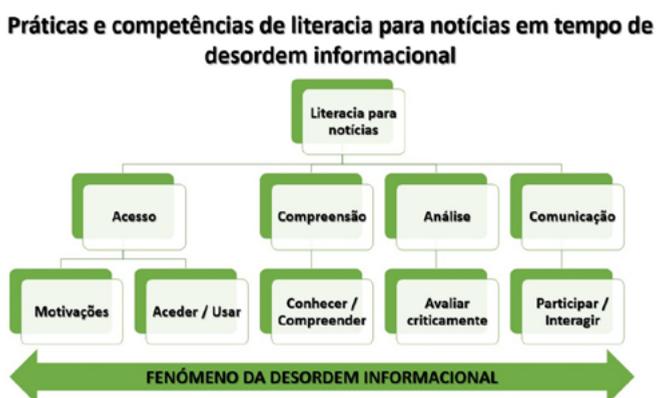


Figura 2: Modelo de análise

O modelo de análise é composto por quatro domínios: 1) acesso aos *media* noticiosos, seus usos e motivações; 2) conhecimento e compreensão do papel que os *media* noticiosos e as próprias notícias desempenham na sociedade (Malik et al., 2013); 3) capacidade de realizar uma avaliação crítica ao conteúdo noticioso e “fazer julgamentos acerca da sua veracidade, qualidade e relevância” (Lopes, 2014, p. 166), considerando-se igualmente a confiança que os participantes têm nos *media* noticiosos (Craft et al., 2013) capacidades de participação e interação dos jovens com os *media* noticiosos, procurando saber que medidas tomam quando se deparam com informação falsa.

Tendo presente o modelo de análise, desenvolveram-se as técnicas de recolha de dados que compõem a estratégia metodológica. Considerando

<sup>2</sup> Adaptado dos modelos aplicados por Lopes (2014), Carvalho (2015), Pereira, Pinto e Moura (2015) e Ashley et al. (2013).

as limitações e potencialidades das mesmas, foram elaboradas de forma a complementarem-se. O questionário permite obter informação estruturada, revelando as tendências que existem num determinado grupo (Matthews & Ross, 2010). No entanto, nele o investigador não acede às experiências dos participantes (Matthews & Ross, 2010) nem ao “processo de construção das perceções, atitudes e representações sociais” dos mesmos (Gondim, 2002, p. 151) – algo que se consegue obter através dos grupos de foco. Além disso, o forte contexto de interação oferecido por estes últimos proporciona uma oportunidade para compreender a forma como as ideias surgem e como são remodeladas através da discussão grupal (Finch & Lewis, 2003). A estrutura de um guião de grupo de foco baseia-se no lançamento de perguntas semiestruturadas e atividades, por parte de um moderador, que estimulem a discussão grupal de ideias (Bloor, Frankland, Thomas & Robson, 2001; Gondim, 2002; Morgan, 1996).

O questionário<sup>3</sup>, respondido pela totalidade dos participantes, foi composto por quatro partes: 1) caracterização sociodemográfica dos participantes; 2) experiência dos participantes com as notícias e com os *media* noticiosos; 3) perceções e opiniões dos jovens em relação às notícias e aos meios de comunicação social, considerando igualmente a confiança que estes têm nos mesmos; e 4) considerações dos jovens acerca do fenómeno da desordem informacional e como lidam com ele.

Devido a constrangimentos, foi apenas possível agendar dois grupos de foco, tendo ambos uma duração de 90 minutos e uma composição de seis e sete participantes, respetivamente. Fazendo uso das potencialidades oferecidas pelo meio online, o constrangimento da distância geográfica existente no caso dos jovens do Funchal foi ultrapassado através da utilização de software de videoconferência disponibilizado pelo Facebook. Para Matthews e Ross (2010, pp. 298-299), a recolha de dados através da comunicação mediada por computador assume-se como um método válido. Este é particularmente vantajoso, pois apresenta um custo de aplicação reduzido, permitindo também colmatar o afastamento geográfico entre investigador e participantes. Semelhantemente, Tuttas (2015), num estudo qualitativo acerca das experiências de trabalho de enfermeiras em diferentes locais dos Estados Unidos, apoia a realização de grupos de foco online através de software de videoconferência.

De modo a permitir um “aprofundamento progressivo” na temática, através de um debate fluído (Gondim, 2002, p. 154), o guião que orientou

<sup>3</sup> Na realização do questionário realizou-se um levantamento e adaptação de questões consideradas relevantes encontradas em Lopes (2013), Craft et al. (2013), Carvalho (2015) e Ponte e Batista (2019).

os grupos de foco foi constituído por três fases. A segunda fase foi composta pelo lançamento de questões e realização de atividades criadas especificamente para este estudo, a fim de permitir discussão e reflexão acerca da sua experiência com as notícias e com os *media* noticiosos, o que pensam acerca da desordem informacional e de que modo lidam com este fenómeno. Procurando compreender o modo como os participantes verificam se uma notícia é verdadeira ou não, os participantes foram confrontados com exemplos de notícias confirmadas como falsas retiradas da internet, que representam os três tipos de desordem informacional. De forma semelhante, contemplando os elementos e as fases que compõem o ciclo de desordem informacional, os jovens foram confrontados com três websites portugueses que pertencem a uma rede portuguesa de websites de notícias falsas (Pena, 2018a, 2018b).

#### 4. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS E CONSIDERAÇÕES FINAIS

A nível de caracterização sociodemográfica, a amostra é composta por 19 raparigas e 10 rapazes, sendo que metade reside em Lisboa e outra no Funchal. É constituída sobretudo por jovens até aos 21 anos, pois apenas seis participantes têm entre 22 e 29 anos. A maioria dos participantes é estudante, sendo que 13 frequentam atualmente o ensino superior e sete o ensino secundário. Sete jovens são trabalhadores por conta de outrem e dois estão numa situação de desemprego.

Considerando a análise dos resultados da pesquisa, verificou-se que o fenómeno da desordem informacional tem um impacto negativo nas práticas e competências de literacia para notícias dos jovens adultos. Este impacto não se manifesta de uma forma homogénea, uma vez que os jovens que compõem esta amostra apresentam diferentes tipos de relações com as notícias e os *media* noticiosos. A análise demonstrou que existem cinco fatores que influenciam esta relação.

O primeiro é o interesse nas temáticas noticiosas, que, em muitos dos participantes, se traduz na motivação que apresentam para consumir notícias. Constatou-se, como evidenciado por Melro e Pereira (2016), falta de interesse por temáticas políticas, como se vê no Gráfico 1.

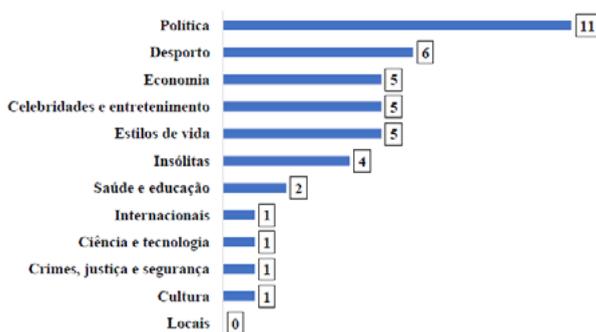


Gráfico 1: Temáticas noticiosas que não suscitam interesse (N= 29)

Esta situação foi observada, em particular, num exercício que tinha como objetivo perceber o modo como os participantes gerem a informação que encontram nas redes sociais. Ao serem apresentadas publicações da página de Facebook de diversos websites noticiosos relativas ao apagão de 10 de março na Venezuela, verificou-se, na totalidade do primeiro grupo de foco (apesar de na Venezuela residir uma importante comunidade de imigrantes madeirenses) e em dois membros do segundo, uma falta de interesse relativamente a este tipo de notícias. Por um lado, os participantes indicam que os eventos nelas descritos não têm um impacto direto nas suas vidas e não sentem motivação para consumi-las. Por outro, os jovens afirmam que a saturação da cobertura jornalística deste tipo de situações fá-los perder o interesse.

O segundo é a confiança que depositam nos *media* noticiosos. Estabelecendo um paralelo com Silveira e Amaral (2018) e Matsa, Silver, Shearer e Walker (2018), constatou-se que, embora apresentem um nível baixo de confiança, os jovens adultos confiam em determinados canais televisivos (SIC, TVI, RTP), jornais e revistas (*A Bola*, *Expresso*, *Público*, *Observador* e *Visão*) considerados por eles de “referência” ou “fidedignos”. A confiança que depositam nos *media* noticiosos relaciona-se com a perspetiva que têm dos mesmos: em muitos casos, apresentam uma perspetiva crítica da atual lógica comercial de produção jornalística. Os jovens manifestam o seu desagrado com esta situação, indicando que as notícias deveriam contribuir para gerar cidadãos informados, algo que, a seu ver, não acontece. Aliás, certos participantes consideram que esta lógica de produção é uma das causas do fenómeno da desordem informacional.

O terceiro é a sua situação profissional e a sua formação académica. Constatou-se que existe uma forte influência da área de estudos dos jovens nos seus consumos noticiosos. Por exemplo, para quatro das participantes, alunas de Medicina, o conhecimento da informação falsa ou enganadora que é veiculada acerca da área da saúde assume uma importância fulcral, pois, como indicam, ao longo da sua carreira vão deparar-se com pacientes que acreditam nesse tipo de informação.

O quarto é a vivência religiosa, que resulta não só num maior interesse pela representação noticiosa de temáticas relacionadas com a Igreja Católica, mas também num conhecimento alargado das mesmas, especialmente em casos de desordem informacional.

Por fim, o quinto é a socialização familiar, pois esta influencia alguns consumos primários de notícias – certos participantes têm o hábito de ver o telejornal com a família à hora das refeições -, assim como alguns consumos secundários, reservados a momentos do dia ou da semana, relacionados a certas práticas familiares.

Foi, então, possível verificar que quanto menores forem as competências de literacia para notícias de um indivíduo, algo que se revela em práticas menos frequentes, ou até mesmo inexistentes, maior será o impacto negativo da desordem informacional não só na sua relação com as notícias e os *media* noticiosos, mas também na forma como percebe a realidade que o rodeia.

No que diz respeito às práticas e competências de literacia para notícias desta amostra de jovens em tempos de desordem informacional, é possível traçar três perfis, que são apresentados na Figura 3.

O perfil A apresenta menores competências a nível de literacia para notícias e práticas menos frequentes, o que se traduz num maior impacto negativo da desordem informacional na sua relação com as notícias e os *media* noticiosos. O perfil C representa o oposto, pois apresenta maiores competências e práticas mais frequentes neste âmbito. O perfil B ocupa um nível intermédio, sendo que a maioria dos jovens que compõem a amostra deste estudo se enquadra neste domínio.

PERFIL A	PERFIL B	PERFIL C
- Mantem-se a par da atualidade de forma passiva e pouco aprofundada, consumindo notícias somente do seu interesse.	- Mantem-se a par da atualidade de forma mais ativa do que o perfil A, havendo nos casos de maior interesse um “consumo direto” notícias.	- Mantem-se a par da atualidade de forma ativa, mesmo quando a temática não é totalmente do seu interesse.
- Tem uma perspetiva pouco informada do papel dos <i>media</i> noticiosos na sociedade e da desordem informacional. Tem dificuldade em compreender o fenómeno em questão e aplica de forma pouco criteriosa termos como <i>fake news</i> .	- A sua perspetiva acerca do papel dos <i>media</i> noticiosos e da desordem informacional é mais informada. Demonstra alguma dificuldade em compreender a totalidade do fenómeno. Aplica de forma pouco criteriosa o termo <i>fake news</i> .	- Reconhece o papel dos <i>media</i> noticiosos na sociedade. Embora ainda aplique de forma pouco criteriosa o termo <i>fake news</i> .
- Tem uma perspetiva crítica pouco fundamentada em relação à atuação dos <i>media</i> noticiosos, depositando pouca confiança nos mesmos.	- Argumenta de forma um pouco mais fundamentada a sua perspetiva crítica dos <i>media</i> noticiosos, depositando pouca confiança nos mesmos.	- Argumenta de forma fundamentada a sua perspetiva crítica em relação dos <i>media</i> noticiosos, depositando pouca confiança nos mesmos.
- Reconhece poucas características indicadoras de uma <i>fake news</i> . Tem dificuldade analisar criticamente as notícias.	- Reconhece algumas características indicadoras de uma <i>fake news</i> e realiza uma análise crítica superficial às notícias.	- Reconhece características indicadoras de uma <i>fake news</i> e analisa criticamente as notícias.
- Conhece poucas medidas de verificação de informação e põe-nas em prática de forma pouco frequente.	- Conhece algumas formas de verificação de informação e põe-nas em prática de forma pouco frequente.	- Conhece algumas formas de verificação de informação e põe-nas em prática de forma frequente.

Tabela 1: Perfis de práticas e competências de literacia para notícias em tempos de desordem informacional

Embora a metodologia tenha permitido dar resposta à pergunta de partida é necessário ter em conta algumas limitações deste estudo. A utilização de uma amostra de conveniência significa que os resultados não podem ser generalizados (Matthews & Ross, 2010). Contudo, os resultados apresentados podem servir de base a estudos mais aprofundados na área. Deste modo, seria importante compreender o impacto do fenómeno da desordem informacional nas práticas e competências de literacia mediática dos determinados segmentos desta faixa etária que não têm um acesso facilitado a meios noticiosos ou que estão fora do sistema de ensino.

## REFERÊNCIAS

- Anderson, J. & Rainie, L. (2017). *The Future of Truth and Misinformation Online*. Retirado de [http://www.elon.edu/docs/e-web/imagining/surveys/2017\\_survey/Future\\_of\\_Info\\_Environment\\_Elon\\_University\\_Pew\\_10-18-17.pdf](http://www.elon.edu/docs/e-web/imagining/surveys/2017_survey/Future_of_Info_Environment_Elon_University_Pew_10-18-17.pdf)
- Andrade, A. F. (2019). *Literacia para notícias em tempos de desordem informacional: práticas e competências em jovens adultos*. Dissertação de Mestrado, Universidade Nova de Lisboa, Lisboa, Portugal.
- Antunovic, D., Parsons, P. & Cooke, T. R. (2018). “Checking” and googling: Stages of news consumption among young adults. *Journalism*, 19(5), 632-648. <https://doi.org/10.1177%2F1464884916663625>
- Ashley, S., Maksl, A. & Craft, S. (2013). Developing a News Media Literacy Scale, *Journalism & Mass Communication Educator*, 68(1), 7-21. <https://doi.org/10.1177%2F1077695812469802>
- Ashley, S., Maksl, A. & Craft, S. (2017). News Media Literacy and Political Engagement: What’s the Connection? *Journal of Media Literacy Education*, 9(1), 79-98. Retirado de <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1151035.pdf>
- Craft, S., Maksl, A. & Ashley, S. (2013). *Measuring news media literacy: How knowledge and motivations combine to create news-literate teens*. Retirado de <https://mospace.umsystem.edu/xmlui/bitstream/handle/10355/34713/MeasuringNewsMediaLiteracy.pdf?sequence=1>
- Bloor, M., Frankland, J., Thomas, M. & Robson, K. (2001). *Focus groups in social research*. Londres: SAGE Publications.
- Campos, I. (2018). *Improving news literacy among 7 to 10-year-old children: An experiment with digital gaming*. Tese de Doutoramento, Universidade Nova de Lisboa, Lisboa, Portugal. Retirado de <http://hdl.handle.net/10362/49930>
- Carvalho, A. T. (2015). *Avaliação dos níveis de literacia mediática: Estudo exploratório com adultos no mercado de trabalho*. Dissertação de Mestrado, Universidade do Minho, Braga, Portugal. Retirado de <http://hdl.handle.net/1822/34309>
- Castells, M. (2005). A Sociedade em Rede: do Conhecimento à Política. In G. Cardoso & M. Castells (Eds.), *A sociedade em rede: do conhecimento à ação política* (pp. 17-30). Lisboa: Imprensa Nacional – Casa da Moeda.
- Finch, H. & Lewis, J. (2003). Focus Groups. In J. Ritche & J. Lewis (Eds.), *Qualitative Research Practice: A Guide for Social Science Students and Researchers* (pp. 170-199). Londres: SAGE Publications.

- Gondim, S. M. G. (2002). Grupos focais como técnica de investigação qualitativa: Desafios metodológicos. *Paidéia*, 12(24), 149-161. Retirado de <http://www.scielo.br/pdf/paideia/v12n24/04>
- Hobbs, R. (2010, agosto). *News literacy: What works and what doesn't*. Comunicação apresentada na Association for Education in Journalism and Mass Communication Conference, Denver, CO. Retirado de [https://mediaeducationlab.com/sites/default/files/Hobbs,%2520NEWS%2520LITERACY%2520AEJMC%25202010\\_o\\_o.pdf](https://mediaeducationlab.com/sites/default/files/Hobbs,%2520NEWS%2520LITERACY%2520AEJMC%25202010_o_o.pdf)
- Jack, C. (2017). *Lexicon of Lies: Terms for Problematic Information*. Retirado de [https://datasociety.net/pubs/oh/DataAndSociety\\_LexiconofLies.pdf](https://datasociety.net/pubs/oh/DataAndSociety_LexiconofLies.pdf)
- Jolls, T. & Johnsen, M. (2018). Media Literacy: A Foundational Skill for Democracy in the 21st Century. *Hastings Law Journal*, 69, 1379-1408. Retirado de <https://www.medialit.org/sites/default/files/HastingsJolls-69.5.pdf>
- Kovach, B. & Rosentiel, T. (2010). *Blur: How to Know What's True in the Age of Information Overload*. Nova Iorque: Bloomsbury Publishing.
- Lopes, P. (2014). *Literacia mediática e cidadania Práticas e competências de adultos em formação na Grande Lisboa*. Tese de Doutoramento, Instituto Universitário de Lisboa, Lisboa, Portugal. Retirado de <http://hdl.handle.net/10071/8666>
- Loth, R. (2012). *What's Black and White and Re-Tweeted All Over? Teaching news literacy in a digital age*. Retirado de [https://shorensteincenter.org/wp-content/uploads/2012/03/d71\\_loth.pdf](https://shorensteincenter.org/wp-content/uploads/2012/03/d71_loth.pdf)
- Madden, M., Lenhart, A. & Fontaine, C. (2017). *How Youth Navigate the News Landscape*. Retirado de [https://kf-site-production.s3.amazonaws.com/publications/pdfs/000/000/230/original/Youth\\_News.pdf](https://kf-site-production.s3.amazonaws.com/publications/pdfs/000/000/230/original/Youth_News.pdf)
- Maffesoli, M. (1996). *The Time of the Tribes*. Londres: SAGE Publications.
- Malik, M. M., Cortesi, S. & Gasser, U. (2013). *The Challenges of Defining "News Literacy"* (Berkman Center Research Publication No. 2013-20). Retirado de [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2342313](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2342313)
- Marwick, A. & Lewis, R. (2017). *Media manipulation and disinformation online*. Retirado de <https://datasociety.net/output/media-manipulation-and-disinfo-online/>
- Matthews, B. & Ross, L. (2010). *Research methods: a practical guide for the social sciences*. Harlow: Pearson Education Ltd.

- Matsa, K. E., Silver, L., Shearer, E. & Walker, M. (2018). *Western Europeans Under 30 View News Media Less Positively, Rely More on Digital Platforms Than Older Adults*. Retirado de [https://www.journalism.org/wp-content/uploads/sites/8/2018/10/PJ\\_2018.10.30\\_europe-age\\_FINAL3.pdf](https://www.journalism.org/wp-content/uploads/sites/8/2018/10/PJ_2018.10.30_europe-age_FINAL3.pdf)
- McGrew, S., Ortega, T., Breakstone, J. & Wineburg, S. (2017). The Challenge That's Bigger than Fake News: Civic Reasoning in a Social Media Environment. *American Educator*, 41(3), 4-9 Retirado de <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1156387.pdf>
- Melro, A. I. & Pereira, S. (2016). Os jovens e o acompanhamento da informação sobre a atualidade: questões a partir da análise de Relatórios sobre usos e práticas mediáticas. *Observatorio*, 10(3), 80-97. <https://doi.org/10.15847/obsOBS1032016998>
- Mihailidis, P. & Viotty, S. (2017). Spreadable Spectacle in Digital Culture: Civic Expression, Fake News, and the Role of Media Literacies in Post-Fact Society. *American Behavioral Scientist*, 61(4), 441-454. <https://doi.org/10.1177/2F0002764217701217>
- Morgan, D. L. (1996). Focus Groups, *Annual Review of Sociology*, 22, 129-152. <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.22.1.129>
- Nee, R. C. (2019). Youthquakes in a Post-Truth Era: Exploring Social Media News Use and Information Verification Actions Among Global Teens and Young Adults. *Journalism & Mass Communication Educator*, 74(2), 171-184. <https://doi.org/10.1177/2F1077695818825215>
- Panagiotou, N. & Theodosiadou, S. (2014). News literacy: Learning about the world. *Journal of Digital and Media Literacy*, 2(1), 1-14.
- Pena, P. (2018a, 11 de novembro). Fake News: sites portugueses com mais de dois milhões de seguidores. *Diário de Notícias*. Retirado de <https://www.dn.pt/edicao-do-dia/11-nov-2018/interior/fake-news-sites-portugueses-com-mais-de-dois-milhoes-de-seguidores--10160885.html>
- Pena, P. (2018b, 25 de novembro). O negócio da desinformação: empresa canadiana faz fake news em Portugal. *Diário de Notícias*. Retirado de <https://www.dn.pt/edicao-do-dia/25-nov-2018/interior/o-negocio-da-desinformacao-empresa-canadiana-faz-fake-news-em-portugal--10231174.html>
- Pereira, S., Pinto, M. & Moura, P. (2015). *Níveis de literacia mediática: Estudo exploratório com jovens do 12º ano*. Braga: CECS. Retirado de <http://hdl.handle.net/1822/40488>
- Pérez Tornero, J. M. P. & Varis, T. (2010). *Media Literacy and New Humanism*. Moscovo: UNESCO Institute for Information Technologies in Education. Retirado de <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000192134>

- Phillips, W. (2017). *The Oxygen of Amplification: Better Practices for Reporting on Extremists Antagonists, and Manipulators Online*. Retirado de [https://datasociety.net/wp-content/uploads/2018/05/2-PART-2-Oxygen\\_of\\_Amplification\\_DS.pdf](https://datasociety.net/wp-content/uploads/2018/05/2-PART-2-Oxygen_of_Amplification_DS.pdf)
- Ponte, C. & Batista, S. (2019). *EU Kids Online Portugal. Usos, competências, riscos e mediações da Internet reportados por crianças e jovens (9-17 anos)*. Retirado de <http://fabricadesites.fcsh.unl.pt/eukidsonline/wp-content/uploads/sites/36/2019/03/RELATO%CC%81RIO-FINAL-EU-KIDS-ONLINE.docx.pdf>
- Silveira, P. & Amaral, I. (2018). Jovens e práticas de acesso e de consumo de notícias nos media sociais. *Estudos em Comunicação*, 1(26), 261-280. <https://doi.org/10.20287/ec.n26.v1.a15>
- Tuttas, C. A. (2015). Lessons learned using web conference technology for online focus group interviews. *Qualitative Health Research*, 25(1), 122-133. <https://doi.org/10.1177%2F1049732314549602>
- Wardle, C. & Derakhshan, H. (2017). *Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making* (Council of Europe report DGI [2017]09). Retirado de <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-researc/168076277c>

Citação:

Andrade, A. F. & Ponte, C. (2019). Literacia para notícias em tempos de desordem informacional: práticas e competências em jovens adultos. In S. Pereira (Ed.), *Literacia, Media e Cidadania – Livro de Atas do 5.º congresso* (pp. 28-43). Braga: CECS.