

SAMUEL P. LIMA & SYLVIA DEBOSSAN MORETZSOHN

samuca13@gmail.com; sylviamoretz@uol.com.br

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA, BRASIL | UNIVERSIDADE
FEDERAL FLUMINENSE, BRASIL / UNIVERSIDADE DO MINHO, PORTUGAL

EDUCAÇÃO MIDIÁTICA E *FAKE NEWS*: REFLEXÕES PRELIMINARES SOBRE UM PROJETO DO OBSERVATÓRIO DE ÉTICA JORNALÍSTICA (objETHOS)

RESUMO

Este artigo situa o projeto de educação para a crítica de mídia desenvolvido pelo Observatório de Ética Jornalística (objETHOS), do Programa de Pós-graduação em Jornalismo da UFSC, no contexto da crise do jornalismo e da discussão sobre credibilidade e o ambiente de desordem informativa contemporâneo. Expõe essa experiência que completa dois anos junto a escolas do ensino médio da capital catarinense. Voltado para a formação cidadã dos estudantes, sensibilizando-os a desenvolver o seu próprio senso crítico frente ao universo de representação das informações jornalísticas, o trabalho se incorpora às atividades letivas e pedagógicas de cada escola, com quatro encontros semestrais de duas horas/aula, sempre na última semana de cada mês.

Não são propriamente aulas ou palestras, mas rodas de conversa, conduzidas com base no conceito de diálogo de Paulo Freire, nas quais os pesquisadores do objETHOS apresentam um tema adequado à conjuntura – por exemplo, questões de gênero, racismo, erro de informação –, abrem para a discussão pela turma e em seguida exibem exemplos de cobertura jornalística relativa a esse tema, para nova rodada de discussão. Nos últimos encontros os alunos respondem a um questionário sobre jornalismo e sobre a qualidade da experiência que tiveram. Embora ainda seja cedo para aferir os resultados, as respostas ao questionário sobre o que é jornalismo revelam uma percepção aguçada sobre essa atividade. Os pesquisadores entendem ser necessário acompanhar esses estudantes nos próximos anos, quando muitos deverão estar na universidade, para checar a eficácia dessa iniciativa.

PALAVRAS-CHAVE

literacia midiática; *fake news*; jornalismo; credibilidade; desordem
informativa

1. INTRODUÇÃO

Uma aula é uma semente que vai germinar na cabeça de um aluno anos depois, às vezes nos momentos mais inesperados. Esta observação, adaptada de um trecho do conto “A Aula”, em que o escritor Sérgio Sant’Anna (2007, p. 305) evoca a própria experiência como professor universitário, é talvez a mais perfeita expressão literária do tipo de cultivo realizado pelo trabalho docente, que não pode apostar em resultados imediatos – porque, afinal, se trata de uma atividade de formação – e que exige paciência e persistência, mas vale a pena.

É esse também o sentido que orienta o esforço, ainda incipiente no Brasil, de educação para a mídia – ou, como preferem dizer Bezerra, Schneider e Brisola (2017), do desenvolvimento da competência crítica em informação –, que sempre foi necessário, porém se tornou urgente desde que a tecnologia digital viabilizou o estabelecimento de novos padrões circulação social de informações, marcados pela simultaneidade e pelo imediatismo, que dificultam o discernimento entre o verdadeiro e o falso.

Este trabalho apresenta os resultados preliminares das ações do projeto de extensão desenvolvido pelo Observatório da Ética Jornalística (objETHOS), do Departamento de Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), junto a escolas do ensino médio da Região Metropolitana de Florianópolis (SC). Iniciado no segundo semestre de 2017, em parceria com a Secretaria Estadual de Educação de Santa Catarina, já alcançou – no primeiro semestre de 2019 – sete escolas e envolveu, até o momento, 330 estudantes.

2. “CRISE DO JORNALISMO”: CREDIBILIDADE, CRENÇAS E DESORDEM INFORMATIVA

São inúmeros os estudos sobre as transformações nos processos comunicacionais a partir das possibilidades criadas pela tecnologia digital. No início, apesar dos alertas em contrário (Moretzsohn, 2006), prevaleceu o entusiasmo decorrente da crença no mito da tecnologia redentora e na exaltação da hipótese de que seria possível prescindir do jornalismo profissional, já que “todos” estaríamos em condições de comunicar e, por isso, seríamos potencialmente “repórteres”. Com o tempo, foi ficando evidente o equívoco dessas ideias. A constituição do gigantesco complexo de info-telecomunicações (Moraes, citado em Schneider, 2015, p. 45) deixava clara a ilusão libertária: tratava-se, como sempre, dos interesses do capital e do controle na produção e circulação social dessa mercadoria tão sensível que

é a informação, agora sob o comando das empresas do Vale do Silício. O surgimento de novas plataformas e a formação de redes sociais subverteram o cenário em que as empresas jornalísticas tradicionais atuavam e inauguraram um ambiente inédito de incerteza em relação ao que seria confiável.

A chamada “crise no jornalismo”, entretanto, não decorre apenas desse novo quadro: de acordo com Mick e Tavares (2017, p. 115), deve ser vista a partir da “erosão de credibilidade da estrutura organizacional dominante do jornalismo no Ocidente desde o século XIX, a empresa jornalística, junto aos públicos com os quais se relaciona”. Trata-se de uma crise mais profunda que a da sustentabilidade financeira – o “modelo de negócios” –, porque envolve a relação entre o jornalismo, os jornalistas e seus públicos – leitores, assinantes, proprietários, anunciantes, fontes, *stakeholders* em geral.

A propósito, bem antes da explosão das redes sociais, Cornog (2005) relatava o esforço da imprensa norte-americana em ampliar seu público e indagava: e se o problema não estiver nos jornais, mas nos leitores? Por que a maioria já não queria saber de política ou economia, sobretudo num contexto em que tanto se disputava o acesso à universidade? Cornog (2005) identificava raízes mais profundas para essa mudança de comportamento: o predomínio de governos republicanos nas décadas anteriores, que levaram ao abandono dos antigos valores de cidadania pelos valores do mercado. É o período em que o neoliberalismo começa a se impor, comandado pela lógica do capital financeiro, juntamente com o desenvolvimento da tecnologia digital que propiciaria essa intensa dispersão de atenção a que assistimos hoje. É preciso, portanto, levar em conta a base sobre a qual se constitui o cenário atual – o modo de produção global que desarticula as formas tradicionais de convívio social – para saber lidar com os novos públicos, os jovens formados hoje nesse ambiente que o desenvolvimento tecnológico torna cada vez mais complexo.

Num recente estudo realizado para o Conselho da Europa, Wardle e Derakhshan (2017) dizem que estamos vivendo uma situação de poluição informativa em escala global e propõem a adoção de um quadro interdisciplinar para a formulação de políticas públicas no combate ao que chamam de “desordem da informação”. Recomendam, inclusive, que não se use o termo *fake news* para classificar essa situação, diante da variedade de interpretações que essa expressão permite e que levam a banalizá-la. No entanto, justamente porque o termo se tornou popular, consideramos necessário utilizá-lo, inclusive porque é a partir dele que se pode chamar a atenção para o que ele significa e distingui-lo de outros tipos de manipulação ou

distorção, que configuram o que os autores classificam como “ecossistema da desinformação”, resumido no quadro abaixo (Figura 1):



Figura 1: O ecossistema da desinformação – muito além das *fake news*
 Fonte: Wardle & Derakhshan (2017)

Uma das preocupações dos autores nesse estudo é a velocidade com que se tem desenvolvido a manipulação de áudios e vídeos – as *deepfakes*, como assinalou Fillion (2018), “vídeos realistas criados por softwares de inteligência artificial”, cuja produção coincide com a ascensão de governos autoritários pelo mundo –, de modo que os referenciais clássicos para a verificação do que é ou não credível fica cada vez mais difícil. Outra de suas preocupações é quanto à necessidade de mais pesquisas sobre a maneira pela qual as emoções influenciam o comportamento humano diante das informações que recebem – o que significa direcionar a atenção para a maneira pela qual quem produz informações lida com essas sensibilidades para tentar atrair o público, como é próprio do discurso publicitário desde sempre. “Apenas enviar mais ‘informações factuais’ para o ecossistema, sem compreender suficientemente os elementos emocionais e ritualísticos da comunicação, é potencialmente um desperdício de tempo e recursos” (Wardle & Derakhshan, 2017, p. 78).

Os autores concluem que é necessário ter agilidade para acompanhar as mudanças tecnológicas e que é preciso um esforço conjunto – que envolve as empresas de tecnologia, os governos, as empresas de mídia, os educadores, as agências de fomento e, enfim, a sociedade civil – para buscar soluções amparadas em pesquisas e experiências voltadas para combater a desinformação e qualificar o trabalho de educação para a mídia. Discordam de medidas como as que propõem restrições ao acesso à

informação, pois isso, segundo eles, apenas criaria mais problemas a longo prazo. Entendem que a desordem informativa não é algo que se possa superar da noite para o dia e que o primeiro passo nesse sentido seria compreender a complexidade da questão. No entanto, um dos problemas de seu enfoque é justamente a amplitude da perspectiva do esforço conjunto proposto, pois empresas de tecnologia e governos têm agido no sentido precisamente contrário ao do combate à desinformação.

Outro problema do estudo é a conclusão de que, diante das sofisticadas técnicas de manipulação de áudios e vídeos, em pouco tempo o público terá pouca confiança nas informações encontradas online e as descartará como potencialmente falsas ou distorcidas: de fato, a única certeza possível é a generalização da dúvida sobre a veracidade da informação, o que certamente é um problema inédito e muito grave. Mas nada garante que a tendência seja a indicada: pelo contrário, diante da incerteza generalizada, podemos entender que estamos livres para acreditar no que nos convém, exatamente como já vem acontecendo no ambiente das bolhas formadas pelas redes.

Esse quadro praticamente impõe o aprofundamento da discussão sobre credibilidade, que, mesmo antes dos mais recentes desenvolvimentos tecnológicos, estava a exigir uma abordagem mais sofisticada, que ultrapassasse a simples reiteração desse valor referencial para o jornalismo como selo de garantia para o público.

No campo da semiótica, Fontanille (2017) trata a questão da credibilidade baseado no conceito de “regime de crença”, que estabelece regras conforme o gênero comunicacional, a partir das quais se estabelecem as hipóteses de interpretação por parte do público. Por exemplo, “para entrar em uma obra de ficção, é preciso suspender a descrença que poderia inspirar a confrontação entre o mundo da obra e o da experiência cotidiana, e aceitar provisoriamente um novo tipo de crença (ficcional)” (Fontanille, 2017, p. 9). Porém, o processo de convergência de mídias, que promove a comunicação globalizada e instantânea, subverte esse estado de coisas. O cerne do problema, então, passa a ser “a hibridação sistemática dos regimes de crença midiáticos contemporâneos”, que desorienta o usuário “em favor da manipulação das crenças, ou seja, de uma estratégia de persuasão que atua sobre a desestabilização semiótica do intérprete” (Fontanille, 2017, p. 12).

Sob outra perspectiva, que toma o jornalismo como forma de conhecimento, Lisboa e Benetti (2015) propõem discutir a credibilidade como crença verdadeira justificada e fazem uma distinção fundamental entre a credibilidade constituída – autoatribuída pelo veículo de comunicação, com base nos princípios comumente vinculados à atividade jornalística – e

a credibilidade percebida pelo público, que é, afinal de contas, a que mais vai importar, pelas suas consequências práticas.

Do ponto de vista da Sociologia do Jornalismo, o pesquisador Jacques Mick (2018), em recente conferência realizada na Universidade Federal de Santa Catarina e organizada pelo objETHOS, argumenta que este

Não é um fenômeno apenas religioso, mas é cognitivo: crenças ou ideologias estruturam a apreensão, pelos agentes, dos discursos e enunciados produzidos pelas formas sociais de conhecimento – a arte, a filosofia, a ciência, o jornalismo. “É o império do credo”, como descreveu o professor Samuel Lima. Os agentes sob tais perspectivas tendem a ter com o jornalismo uma relação utilitarista: acatam ou repudiam seus enunciados na medida em que, respectivamente, sejam ou não coerentes com suas crenças ou ideologias. (Mick, 2018)

Se aplicarmos esse raciocínio às bolhas criadas pelas redes sociais, veremos que ali se dá crédito às *fake news*, entretanto apresentadas como fatos – como *verdades* – a confirmarem as convicções de quem recebe e ajuda a espalhar essas informações. Dessa forma, o que importa, para esse público, não é discernir o verdadeiro do falso, como estamos acostumados a pensar, mas reiterar essas convicções. Então, a credibilidade continuaria a ser uma crença, mas não precisaria mais ser verdadeira, e se justificaria tautologicamente como forma de confirmá-la (Moretzsohn, no prelo). A saída, caso esse raciocínio esteja correto, seria atuar no campo das emoções para tentar furar essas bolhas refratárias a qualquer questionamento: investigar o tipo de sensibilidades que levam as pessoas a acreditar no que é falso e tentar desativar os afetos que sustentam esse comportamento.

Por isso, os esforços desenvolvidos para a educação midiática, além de identificar as maneiras pelas quais a informação pode ser manipulada, precisa discutir o que se costuma chamar de “viés de confirmação” – a tendência de se lembrar, interpretar ou pesquisar por informações que confirmem crenças ou hipóteses iniciais, ou a tendência ao autoengano. Compreender essa tendência permitirá às crianças e jovens aprender a questionar os conteúdos que estimulem respostas emocionais (Pimenta, 2017).

É preciso ressaltar, entretanto, que esse esforço pelo esclarecimento – por exemplo, a edição de manuais com orientações para identificar fraudes, a recomendação de certificar-se da informação antes de divulgá-la – pressupõe um público igualmente esclarecido, no clássico sentido iluminista, isto é, *educado* para duvidar da aparência das coisas e estimulado a buscar a verdade (Moretzsohn, no prelo).

Em suma, o pano de fundo sobre o qual se desenvolve o empenho pela educação para a mídia é a batalha entre o conhecimento – formas socialmente reconhecíveis, como ciência, jornalismo, política – e o império do credo.

3. O PROJETO: BREVE HISTÓRICO E METODOLOGIA

A partir de experiências semelhantes em outros países, os pesquisadores do objETHOS desenvolveram um projeto voltado para a educação para a crítica de mídia em 2016 e o submeteram ao Departamento de Jornalismo da UFSC para aprovação. Em seguida, o encaminharam à Secretaria Estadual de Educação de Santa Catarina, que delegou a gestão do processo à Coordenadoria Regional de Ensino da Grande Florianópolis, órgão gestor da rede pública estadual (ensino médio) na Região Metropolitana da capital catarinense. O trabalho começou no segundo semestre de 2017, em duas escolas, Simão Hess e Padre Anchieta, e se ampliou para mais cinco, de modo que, atualmente, são sete as escolas participantes, com um número total de 330 estudantes (57,6% feminino e 42,4% masculino), como descrito na Tabela 1, abaixo:

NOME DA ESCOLA	QUANTIDADE ESTUDANTES E TURMAS	GÊNERO (M/F)	TEMAS INDICADOS (PELA ORDEM)
EEB Simão J. Hess	40 estudantes (20 de 2º Ano e 20 de 3º Ano)	20 (M) 20 (F)	Mobilização estudantil, Política, Feminismo e Erro de Informação
EEB Padre Anchieta	26 estudantes do 2º Ano	9 (M) 17 (F)	Mobilização estudantil Política, Feminismo e Erro de Informação
EEB Aderbal Ramos da Silva	28 estudantes do 3º Ano	11 (M) 17 (F)	Feminismo, Racismo, Política e Erro de Informação
EEB Dayse W. Salles	11 estudantes do 2º Ano	4 (M) 7 (F)	Feminismo, Racismo, Política e Erro de Informação
EEB Nereu Ramos	30 estudantes do 2º Ano	14 (M) 16 (F)	Racismo, Feminismo, Suicídio e Erro de Informação
EEB Professora Maria José Barbosa Vieira	106 estudantes do 3º Ano	42 (M) 64 (F)	Questões de gênero, Racismo, Política e Desigualdade Social
EEB Governador Ivo Silveira	89 estudantes do 2º Ano	40 (M) 49 (F)	Questões de gênero, Saúde mental, Política e Violência
TOTAIS	330 estudantes	140 (M) 190 (F)	

Tabela 1: Escolas Participantes do projeto de extensão do objETHOS/UFSC

Semestralmente, são quatro encontros de duas horas/aula, sempre na última semana de cada mês, totalizando oito horas/aula. O projeto, deste modo, se incorpora às atividades letivas e pedagógicas normais de cada escola. No primeiro encontro, apresenta-se um tema para debate, adequado à conjuntura, buscando o que de mais relevante tem sido objeto de discussão pública no momento – por exemplo, questões de gênero, racismo, erro de informação – e exibe-se um vídeo de oito a dez minutos com depoimentos de variadas fontes, incluindo especialistas. Em seguida, abre-se o debate, que costuma ter intensa participação das turmas. Exibem-se também imagens de notícias nos portais, mostrando exemplos de cobertura de fatos relativos ao tema pela mídia, tanto local quanto nacional, e retoma-se o debate com os estudantes, buscando uma síntese final que aponte para a próxima atividade, no mês seguinte. No primeiro encontro, aplica-se um questionário para verificar temas e noções sobre jornalismo e hábito de consumo de informação jornalística. No último encontro, aplica-se um questionário de avaliação das atividades.

Como era previsível, apenas uma minoria dos jovens dessas escolas lê jornais em papel (5%). A maioria acessa notícias pela internet/mídias sociais (58,64%) ou pela TV (27,77%), conforme os dados descritos na Figura 2:

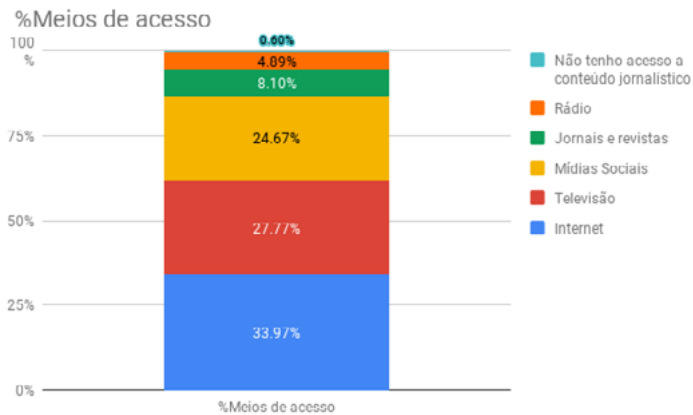


Figura 2: Meios de acesso a Informações Jornalísticas

A diversidade dos temas para debate, indicados de forma espontânea pelos próprios alunos e alunas, também espelha o universo de interesses e a diversidade cultural presente no ambiente das escolas públicas

da região. Os dados da Figura 3, abaixo, explicitam essa questão captada pelo primeiro questionário aplicado em sala de aula – prospecção de temas, interesses e percepções sobre jornalismo – no primeiro encontro. Do ponto de vista metodológico, buscou-se um maior vínculo dos estudantes aos debates suscitados nas rodas de conversa, uma vez que as temáticas atendiam a suas expectativas e escolhas originais.

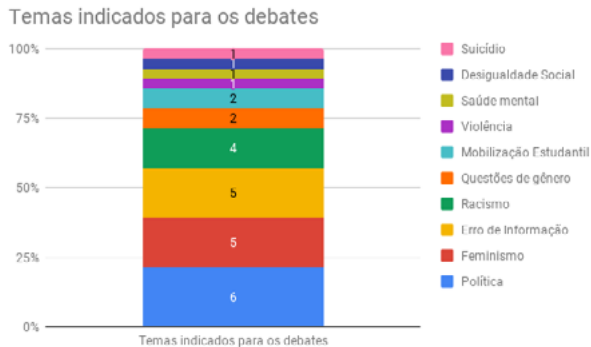


Figura 3: Principais temas escolhidos pelos estudantes de escolas públicas

Observe-se que lideram a lista de escolhas dos estudantes os temas política, feminismo, erro de informação jornalística, racismo e questões de gênero. Para todos estes temas, a equipe produziu um material audiovisual, ouvindo pesquisadores, lideranças de movimentos sociais e profissionais do jornalismo.

Por último, vale destacar também a percepção espontânea desses jovens estudantes sobre o jornalismo. À pergunta qualitativa “na sua opinião o que é jornalismo?”, coletamos respostas bastante sofisticadas, a seguir:

- é o meio mais importante de comunicação, é a forma mais importante de sabermos o que se passa pelo mundo (ou quase);
- é tudo aquilo que passa informação, algo que está presente 24 horas por dia. É em si a pesquisa do mundo, do povo em si;
- jornalismo na sua teoria deveria ser para nos passar a verdade sobre os fatos, mas nem sempre é assim;
- é uma área que estuda e divulga os fatos, com o objetivo que os mesmos sejam esclarecidos;

- é uma tentativa de relatar um acontecimento, mas às vezes é contado de forma distorcida;
- é uma forma de mostrar os fatos que ocorrem no mundo impondo sua forma de pensar, fazendo com que quem veja acredite naquilo;
- é uma forma de mostrar opinião, manter a população informada, porém muitas vezes só é mostrado coisas distorcidas;
- é um espaço que tem na sociedade para expor notícias, sendo elas boas ou ruins, também para falar de temas que estão sendo debatidos etc. [percepções de jovens estudantes (15 a 18 anos) de escolas públicas de ensino médio, em Florianópolis/SC].

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O projeto está fechando seu segundo ano de desenvolvimento. Ainda é cedo para aferir os resultados, mas só as respostas ao questionário sobre o que é jornalismo revela uma percepção aguçada sobre essa atividade. As rodas de conversa são conduzidas com base no conceito de diálogo em Paulo Freire (citado em Lima, 2011, p. 90) – “um devotamento permanente à causa da transformação da realidade”, que “não pode se deixar aprisionar por qualquer relação de antagonismo” –, partindo do pressuposto de que estes jovens já têm uma noção geral do que seja notícia e jornalismo. O objetivo é despertar neles o olhar crítico, a partir de comentários e exemplos de enquadramento e narrativa sobre os temas que, por indicação da maioria, lhes interessam.

É importante registrar que o objetivo geral do projeto é contribuir para a formação cidadã dos estudantes, sensibilizando-os a desenvolver o seu próprio senso crítico frente ao universo de representação das informações jornalísticas, discutindo mais objetivamente o papel da imprensa nas disputas em torno da opinião pública e das pessoas, individualmente. Nesse sentido, os pesquisadores do Observatório da Ética Jornalística (objETHOS), mestrandos e doutorandos do PPGJOR/UFSC, compartilham os conhecimentos produzidos no grupo de pesquisa, bem como os artigos de crítica de mídia publicados semanalmente no site do projeto (<https://objethos.wordpress.com/>).

Talvez seja necessário fazer uma pesquisa, mais adiante, com estes mesmos estudantes, depois que eles porventura estiverem no ensino superior, para checar se o projeto contribuiu para a formação crítica ou, pelo

menos, para a necessidade de cada um desenvolver um olhar crítico para o consumo de notícias. O ideal seria acompanhar as turmas durante todo o ano letivo e fazer uma avaliação quanti/quali, através de um bom questionário, que pudesse avaliar a eficácia ou não dessa tentativa de contribuir para a formação cidadã deles.

Apostamos na perspectiva da pesquisadora Claire Wardle (citada em Pimenta, 2017): “mesmo se as escolas comessem hoje a ensinar as crianças sobre desinformação, o resultado só apareceria daqui a 20 anos. Ainda assim, esta é uma tarefa urgente”.

Exatamente porque uma aula é uma semente que se planta na cabeça do aluno e vai desabrochar muito tempo depois, às vezes nas condições mais inesperadas. Se, além do mais, sabemos que este projeto de educação para a mídia não é uma palestra, mas uma abertura para o diálogo, podemos apostar que o esforço, mesmo sem a certeza dos resultados, vale a pena.

REFERÊNCIAS

- Bezerra, A. C., Schneider, M. & Brisola, A. (2017). Pensamento reflexivo e gosto informacional: disposições para a competência crítica em informação. *Informação & Sociedade*, 27(1), 7-16. Retirado de <http://www.periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/ies/article/view/31114>
- Cornog, E. (2005, 23 de fevereiro). Let's blame the readers. Is it possible to do great journalism if the public does not care? [Post em blogue]. Retirado de <http://kurtrudder.blogspot.com/2005/02/lets-blame-readers-is-it-possible-to.html>
- Fillion, R. M. (2018). Fighting the reality of deepfakes. *NiemanLab*. Retirado de <https://www.niemanlab.org/2018/12/fighting-the-reality-of-deepfakes/>
- Fontanille, J. (2017, abril). *Discursos, mídias, práticas e regimes de crença*. Conferência proferida no V Congresso Internacional da Associação Brasileira de Estudos Semióticos, Niterói.
- Lima, V. A. (2011). *Comunicação e cultura: as ideias de Paulo Freire*. São Paulo/Brasília: Fundação Perseu Abramo/EdUnB.
- Lisboa, S. & Benetti, M. (2016). O jornalismo como crença verdadeira justificada. *Brazilian Journalism Research*, 11(2), 10-29. <https://doi.org/10.25200/BJR.v11n2.2015.664>

- Mick, J. (2018, novembro). *Credibilidade jornalística*. Conferência proferida no Seminário Internacional Mídia, Política e Credibilidade da Informação Jornalística, Florianópolis.
- Mick, J. & Tavares, L. M. (2017). Governance of Journalism and Alternatives to the Crisis. *Brazilian Journalism Research*, 13(2), 114-138. <https://doi.org/10.25200/BJR.v13n2.2017.948>
- Moretzsohn, S. (2006). 'Citizen Journalism' and the Myth of Redemptive Technology. *Brazilian Journalism Research*, 2(2), 29-46. <https://doi.org/10.25200/BJR.v2n2.2006.81>
- Moretzsohn, S. D. (no prelo). O joio, o trigo, os filtros e as bolhas: uma discussão sobre *fake news*, jornalismo, credibilidade e afetos no tempo das redes. *Brazilian Journalism Research*.
- Pimenta, A. (2017, 14 de novembro). Claire Wardle: combater a desinformação é como varrer as ruas. *Observatório da Imprensa*. Retirado de <http://observatoriodaimprensa.com.br/credibilidade/claire-wardle-combater-desinformacao-e-como-varrer-as-ruas/>
- Sant'Anna, S. (2007). *50 Contos e 3 novelas de Sérgio Sant'Anna*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Schneider, M. (2015). *A dialética do gosto. Informação, música e política*. Rio de Janeiro: Circuito/Faperj.
- 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:

Lima, S. P. & Moretzsohn, S. D. (2019). Educação midiática e *fake news*: reflexões preliminares sobre um projeto do Observatório de Ética Jornalística (objETHOS). In S. Pereira (Ed.), *Literacia, Media e Cidadania - Livro de Atas do 5.º congresso* (pp. 176-187). Braga: CECS.