

Desinformação e fake news: estudo com alunos de comunicação de uma Instituição de Ensino Superior

Disinformation and fake news: studying communication students in a higher education institution

Nídia Salomé Morais

Instituto Politécnico de Viseu

salome@esev.ipv.pt

<https://orcid.org/0000-0001-5680-4778>

Manuel Cruz

Instituto Politécnico de Viseu

maneljoacardoso@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-6134-063X>

https://doi.org/10.14195/2183-6019_11_2

Resumo:

O estudo apresentado neste artigo aborda a problemática da desinformação e procura propostas de combate atuais para este fenómeno. Neste sentido, realizou-se um estudo numa Instituição de Ensino Superior em Portugal, no ano letivo de 2019/2020, envolvendo 56 estudantes de um curso na área da comunicação, com o objetivo de se perceber o modo como futuros profissionais de comunicação lidam com informação online. Os dados obtidos via inquérito por questionário revelam que os alunos usam todos os dias as redes sociais para acederem a material de informação e reconhecem a promoção da literacia mediática digital como o meio mais eficaz no combate à desinformação, embora eles próprios tenham apresentado algumas vulnerabilidades nesta matéria. Esta investigação permitiu ainda concluir que os estudantes conseguem distinguir textos credíveis de textos com notícias falsas, embora tenham revelado dificuldades em distinguir *websites* conceituados de *websites* que partilham *fake news*.

Palavras-chave: Desinformação; *fake news*; estudantes; ensino superior; Portugal.

Abstract:

The study presented in this article addresses the disinformation issue and looks for current actions that tackle this phenomenon. In this sense, an investigation was conducted in a Higher Education Institution in Portugal, in the academic year 2019/2020, involving 56 students from a course in the area of communication towards understanding how future communication professionals deal with information present online. The data obtained through the questionnaire reveals that the students use social networks every day to access information material and recognize that digital media literacy as the most effective means to undertake disinformation, although they themselves showed some vulnerabilities to it. This research also found that students can distinguish credible texts from fake news, although they find it difficult to distinguish respected websites from websites that share fake news.

Keywords: Disinformation; fake news; students; higher education; Portugal.

Introdução

O desenvolvimento tecnológico e a proliferação de instrumentos *online* de comunicação digital em massa aumentaram a velocidade de distribuição e consumo de informação. Este ecossistema digital possibilita uma melhor verificação de factos, histórias e reivindicações como meio de responsabilização ou descrédito dos autores. Contudo, verifica-se igualmente uma tendência crescente de criação e partilha de histórias falsas partilhadas nas plataformas sociais, especialmente quando o tópico é político (Lazer et al., 2018). Esta disseminação pode surgir de diversas formas, incluindo texto, imagens adulteradas e até “*deepfakes*” – vídeos falsos e manipulados digitalmente com resultados credíveis (Ruchansky, Seo, & Liu, 2017). O Brexit e a eleição de Donald Trump, em 2016, constituem o gatilho para a renovada atenção e evolução do termo que desempenhou um papel importante no resultado de ambas as disputas políticas (Gelfert, 2018).

Podemos afirmar, portanto, que a desinformação tem o potencial de moldar processos democráticos e influenciar eventos políticos e sociais.

É neste sentido que consideramos que a problemática da desinformação está diretamente relacionada com dificuldades epistemológicas. Ou seja, um dos elementos principais na proliferação da desinformação é o conhecimento e aptidões necessárias que sujeito não possui quando se cruza com *Fake News* (FN). Dito isto, parece existir a necessidade de capacitar o sujeito com habilidades epistemológicas adequadas. Estas aptidões requerem uma maior sensibilização e reconhecimento do fenómeno das FN que passa pela educação e formação do indivíduo de modo a ultrapassar os processos miméticos que estas utilizam para se apresentarem como notícias reais aos olhos do leitor.

Dada a sua natureza histórica (não é recente), os meios pelos quais se reproduz (digitalmente e em massa), a renovada atualidade e os possíveis efeitos nefastos na sociedade, fazem com que as FN constituam um tema relevante como objeto de investigação. Neste contexto, o propósito deste trabalho foi o de conhecer as perceções de um grupo de estudantes universitários sobre o fenómeno da desinformação *online*, bem como

perceber atitudes e comportamentos quando confrontados com FN. Acreditamos que este estudo tem especial pertinência porque foi direcionado a alunos de comunicação de uma Instituição de Ensino Superior, ou seja, a futuros profissionais na área da comunicação. Embora não podendo ser generalizados, os resultados obtidos podem ser utilizados como uma indicação primária do estado epistemológico atual deste grupo de alunos e também como uma possível linha orientadora no combate à desinformação por parte de instituições nesta área, nomeadamente através de ajustes curriculares adequados.

Revisão da literatura

A utilização dos termos “*Fake News*” e “Desinformação” podem ser intercambiáveis, embora Gelfert (2018) afirme, na sua proposta de definição das FN, que é necessário distinguir estas últimas de outros tipos de desinformação pública. Existe igualmente uma distinção entre desinformação acidental e desinformação intencional – em inglês “*misinformation*” e “*disinformation*”

(Lazer et al., 2018, p. 2) respetivamente. De igual modo, o conceito reveste-se atualmente de um carácter polissémico, podendo ser utilizado para caracterizar informação falsa ou como um aparelho retórico para sustentar um argumento (Dentith, 2016). Neste contexto, Gelfert (2018) defende que uma definição concreta é necessária para promover um melhor debate científico, pelo que no âmbito deste trabalho apresentamos duas definições: uma avançada pela Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) no relatório “Desinformação-Contexto Europeu e Nacional” (Pereira, Puga & Azevedo, 2019) e outra por Gelfert (2018). Para Pereira et al. (2019), uma notícia “por definição não é falsa” (p. 1) e esta característica qualitativa deve ser reservada para narrativas que se anunciam como notícias e são criadas com um misto de informação verdadeira e copiada de publicações conceituadas com partes “imprecisas, enganadoras, concebidas; apresentadas e promovidas para intencionalmente causar dano público ou obter lucro” (p. 1).

A desinformação consiste em toda a informação “comprovadamente

*A desinformação
consiste em toda
a informação
“comprovadamente
falsa ou
enganadora” que é
criada, apresentada
e divulgada para
obter vantagens
económicas ou para
enganar e causar
“prejuízo público”*

falsa ou enganadora” que é criada, apresentada e divulgada para obter vantagens económicas ou para enganar deliberadamente o público, e que pode causar “prejuízo público” (Pereira et al., 2019, p. 2). Gelfert (2018), por sua vez, afirma que notícias falsas se definem pela apresentação deliberada de asserções enganosas, onde as declarações são falsas por “*design*” (pp. 85-86). Embora semelhantes, em ambos os casos verificamos uma condição específica. Pereira et al. (2019), clarificam que para ser considerada desinformação é necessário apresentar prejuízo público, ou seja, informação que implique “(...) ameaças aos processos políticos democráticos e aos processos de elaboração de políticas, bem como a bens públicos (...)” (p. 2). Por sua vez, Gelfert (2018) acrescenta “*by design*” (p. 84), referindo-se a características sistémicas de conceção de fontes e canais pelos quais as FN se propagam e manipulam os processos cognitivos do público. Em ambos os casos, o núcleo do conceito está bem delimitado: as FN são o ato de desinformar intencionalmente o público.

Através de processos miméticos de jornalismo credenciado, as FN

afigram-se atualmente como uma perturbação à democracia (Bennett & Livingston, 2018), pelo que se torna necessário analisar possíveis respostas a este fenómeno. Sugestões de Cardoso et al. (2018), Ciampaglia (2018), Pereira *et al.* (2019), Comissão Europeia (2018), DiFranzo e Gloria (2017), Hardalov, Koychev e Nakov (2016) Lazer et al. (2018), Verstraele, Bambauer, e Bambauer (2017), permitem-nos identificar quatro abordagens principais no combate à desinformação: 1) medidas legislativas; 2) mudanças estruturais no ecossistema digital; 3) desenvolvimento de ferramentas digitais de apoio à deteção de FN; e 4) maior literacia mediática digital via educação ou formação.

Considerando que todas estas abordagens são válidas e englobam todo o espectro de ações de contestação à desinformação, Cruz (2020) sugere que se possam classificar estas abordagens em duas perspetivas: reativas ou proativas. Nos primeiros três casos a posição é reativa. Entende-se como “reativo” ações que se encontram fora do controlo individual do sujeito consumidor de informação. Isto engloba esforços por parte de terceiros

em tentar minimizar os efeitos e exposição da desinformação como:

- a) tentativas de regular o fluxo de informação por parte de agentes políticos;
- b) confiar que plataformas de disseminação de (des)informação (e.g. redes sociais) adotem medidas de autopolicamento;
- c) desenvolvimento de ferramentas digitais de apoio à deteção de FN, websites dedicados ao “*fact checking*”, sinalizadores de confiança, entre outros.

Neste contexto, a promoção de maior literacia mediática digital (Koltay, 2011) surge como o único meio proativo ao capacitar, *a priori*, o indivíduo com os conhecimentos e habilidades necessários para distinguir entre informação e desinformação (Cruz, 2020). Com isto não queremos dizer que os meios reativos não sejam necessários ou que não desempenham o seu próprio papel no combate às FN, mas sim salientar a importância de promover uma postura que minimize a necessidade de implementação de

diligências reativas que, pela sua própria natureza, surgem *ex post facto* e demonstram menor flexibilidade de atualização face a possíveis desenvolvimentos tecnológicos e conceptuais. De acordo com o mesmo autor, o indivíduo munido de conhecimento adequado encontra-se mais protegido contra à desinformação através da sua própria agência e capacidade intelectual. Por sua vez, isto leva a uma menor dependência do cidadão em relação a esforços externos que se podem provar desajustados, desatualizados ou com agendas próprias (mesmo que inadvertidamente) que os autores empregam na sua conceção e modos de utilização. Clarificando este ponto, Cruz (2020) considera importante salientar os vários problemas que estes meios de combate apresentam:

- a) Podemos afirmar, com um elevado grau de confiança e auto evidência, que ações legislativas tendem a tardar e nem sempre são concebidas de modo apropriado. No caso específico da desinformação temos de ter igualmente em conta a possibilidade de criação de

precedentes perigosos para a liberdade de expressão e informação;

- b) A proposta de mudanças estruturais no ecossistema digital é, no mínimo, utópica, pois o ónus é colocado exclusivamente nos criadores de plataformas digitais propícias à partilha de desinformação. Mesmo que estas propostas sejam implementadas da melhor maneira possível, não significa que surjam novas plataformas que ignorem completamente o princípio de combate à desinformação;
- c) Por último, o desenvolvimento de ferramentas digitais pode ser uma mais valia, mas sofre de uma mistura dos problemas supracitados. *Fact checkers*, sinalizadores de confiança, criação de *bots* (entre outras ferramentas) de apoio à deteção estão igualmente sujeitos aos *bias* dos seus criadores e precisam de se encontrar em permanente estado de atualização. Existe igualmente o perigo que uma sobre dependência neste meio leve à exploração de vulnerabilidades por parte de agentes externos ao indivíduo.

Perante estas evidências, Cruz (2020) defende o argumento de que a literacia mediática digital é o melhor meio de combate à desinformação ao capacitar o indivíduo com bases epistemológicas organicamente atualizáveis, mutáveis e flexíveis. O objeto epistemológico ergue-se, portanto, como um dos pilares fundamentais de oposição à desinformação. Contudo, não podemos deixar de mencionar que estes meios não são mutualmente exclusivos e que a utilização de qualquer um deles não possa contribuir para o desenvolvimento de outro, podendo até existir uma sobreposição entre eles. Por exemplo, ações legislativas podem promover a literacia mediática digital e mudanças estruturais no ecossistema digital podem levar ao desenvolvimento de ferramentas de apoio à deteção das FN.

Esta perspetiva epistemológica face às FN necessita de avaliar, numa fase preliminar, o nível de literacia mediática digital da população. Num contexto onde escolas, instituições de ensino superior, professores e investigadores carregam a responsabilidade de autoridades epistemológicas (Hornikx, 2011) e como uma das principais

fontes de transmissão e aquisição de conhecimento, decidimos examinar a compreensão, comportamento e autoconhecimento de alunos do 2º ano de um curso de ensino superior na área da Comunicação face a diferentes cenários de (des)informação.

Metodologia

Considerando as dificuldades supracitadas considerou-se relevante desenvolver um estudo com o objetivo de tentar perceber se estudantes da área da comunicação demonstram bases epistemológicas adequadas. Participaram 56 alunos, que se encontravam a frequentar uma UC lecionada por um dos investigadores do estudo e matriculados no 2º ano, a meio do seu percurso formativo, em que já não são totalmente iniciantes no curso de comunicação. Trata-se, assim, de um estudo baseado numa amostra não probabilística de conveniência, onde os alunos participaram voluntariamente, pelo que os resultados, apesar de não poderem ser generalizados, fornecem informações importantes sobre o objeto em estudo (Carmo & Ferreira, 1998).

Tabela 1 - Frequência de consulta de fontes de notícias

	Todos os dias		Algumas vezes por semana		Algumas vezes por mês		Raramente		Nunca	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Canais notícias 24h	11	19,6	27	48,2	9	16,07	8	14	1	1,7
Redes Sociais	51	91	3	5,3	0	0	2	3,6	0	0
Programas ou Boletins de Televisão	13	23,2	26	46,4	11	19,6	4	7,1	2	3,6
Websites de jornais ou revistas noticiosas	20	35,7	22	39,2	10	17,8	4	7,1	0	0
Programas ou boletins de rádio	3	5,3	20	35,7	19	34	10	17,8	4	7,1
Imprensa tradicional (impressa)	2	3,5	8	14,2	27	48,2	17	30,3	2	3,6
Websites/apps de tv e rádio	11	19,6	23	41,07	9	16,07	9	16	4	7,1
Revistas impressas	0	0	12	21,4	17	30,3	24	42,8	3	5,3
Blogues	2	3,6	16	28,5	11	19,6	20	35,7	7	12,5

Em termos metodológicos, a presente investigação tem características de um *survey*, tendo-se utilizado métodos quantitativos para a recolha de dados, nomeadamente um inquérito por questionário. O questionário com 35 perguntas foi implementado no *Google Forms* e teve como referência três estudos: Cardoso et al. (2018), Morais e Sobral (2019) e Wineburg, McGrew, Breakstone e Ortega (2016). Os principais indicadores que deram origem às questões do questionário foram: hábitos de consumo de notícias, utilização de redes sociais, meios onde assistem à partilha de FN, capacidade de distinção de FN e notícias credíveis, entre outros.

Privilegiou-se o uso de questões fechadas, opção que nos pareceu

adequada por tornar mais fácil e menos exigente a participação dos estudantes no questionário (Oppenheim, 1999). Os resultados destas questões foram tratados com recurso a uma folha de cálculo e optou-se pelo uso de gráficos e tabelas para a apresentação dos resultados. No que se refere às 8 perguntas abertas (que tiveram como finalidade perceber as justificações de escolhas em questões anteriores), procedeu-se à análise de conteúdo com base na codificação das respostas dos alunos num pequeno número de categorias pré-existentes, com base em unidades de análise conceptuais com palavras-chave como “sim”, “não e “não estou seguro” tal como sugerem Ghiglione e Matalon (2005).

De referir, ainda, que se optou pelo uso de escalas do tipo ordinal com cinco níveis de avaliação e que foram adaptadas de escalas já validadas. De acordo com Moreira (2009) os cinco níveis de avaliação são o mínimo aconselhável e, na opinião de Hill & Hill (2009), o uso de escalas com número ímpar parece ser o mais adequado.

Após uma primeira versão, o questionário foi validado junto de cinco especialistas na área e de um pequeno grupo de estudantes (seis), que responderam individualmente às diferentes questões na presença de um dos investigadores. Este procedimento revelou-se muito importante pois ajudou a melhorar a redação de algumas questões, tornando-as mais claras, bem como permitiu testar o

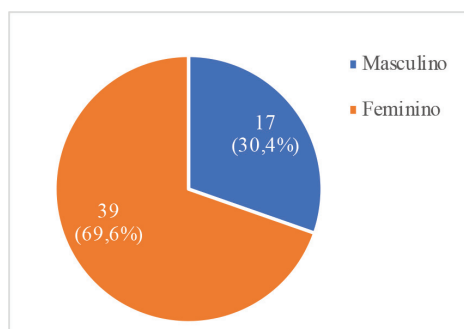


Figura 1 – Género dos participantes

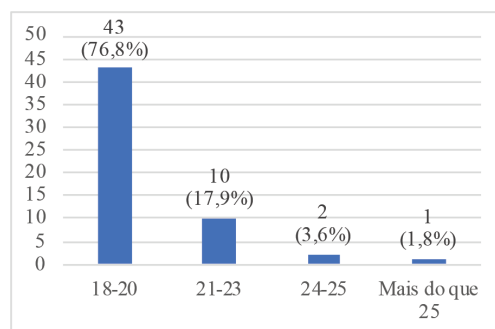


Figura 2 – Idade dos participantes

Tabela 2 – Utilização das redes sociais

	Todos os dias		Algumas vezes por semana		Algumas vezes por mês		Raramente		Nunca	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Facebook	28	50	18	32,1	3	5,3	5	8,9	2	3,5
Tumblr	0	0	1	1,7	6	10,7	8	14,2	41	73,2
Twitter	30	53,7	6	10,7	1	1,7	5	8,9	14	25
Snapchat	3	5,3	4	7,1	9	16,0	14	25	26	46,4
Pinterest	5	8,9	12	21,4	10	17,8	12	21,4	17	30,3
Instagram	50	89,2	4	7,1	0	0	1	1,7	1	1,7
Whatsapp	46	82,1	8	14,2	1	1,7	0	0	1	1,7
Youtube	41	73,2	9	16	5	8,9	1	1,7	0	0

tempo necessário para o preenchimento, obter feedback em relação à organização e apresentação do questionário e apurar a adequação das escalas utilizadas em cada uma das questões. Implementados os devidos acertos, o questionário esteve disponível *online* para participação no período de 14 a 20 de outubro de 2019. A facilidade em termos da divulgação, bem como a comodidade para os participantes poderem responder sem estarem limitados a um espaço e a uma hora determinados pelo investigador motivou a opção pelo uso do questionário online.

Em termos da participação, registaram-se 56 respostas que representam 39 do género feminino e 17 masculino (Figura 1) com a maioria (44) situada entre os 18-20 anos (Figura 2).

Resultados

Entre as fontes de notícias apresentadas, os resultados recolhidos (Tabela 1) demonstram que a principal são as redes sociais com a maioria (51) a responder que acedem a material de informação “Todos os dias”.

Os websites de jornais ou revistas noticiosas são a segunda fonte mais popular com 20 a acederem “Todos os dias” e 22 “Algumas vezes por semana”. Por sua vez, a Imprensa tradicional apresenta níveis baixos de consulta (27 dos participantes consultam “Algumas vezes por mês” e 17 afirmam “raramente”). A fonte menos utilizada são as revistas impressas, tendo 27 dos 56 estudantes revelado que “raramente” ou “nunca” consultam informação através desta fonte de notícias.

De acordo com os dados recolhidos (Tabela 2), as redes sociais mais utilizadas, todos os dias, pelos alunos são o *Instagram* (50 utilizam todos os dias) *Whatsapp* (46 utilizam todos os dias) e *Youtube* (41 utilizam todos os dias). Dos participantes, 28 admitem que utilizam diariamente o *Facebook*, o que coloca esta plataforma ligeiramente atrás do *Twitter* em termos de frequência de utilização (30 acedem diariamente ao *Twitter*), mas, por outro, o *Facebook* apresenta maior utilização semanal (18 *vs* 6). A rede social menos utilizada é o *Tumblr* (41 nunca utilizam) seguido do *Snapchat* (26 nunca utilizam).

Como podemos ver na Tabela 3, a frequência de utilização das redes sociais não se traduz diretamente no acesso a material noticioso. Tal como já referido anteriormente, o *Instagram* é a rede social mais utilizada pelos alunos, mas apresenta um grau de acesso diário a notícias apenas por 24 alunos.

Por sua vez, o *Facebook* é a quinta rede mais utilizada pelos alunos diariamente, mas demonstra a segunda taxa mais alta de acesso diário a notícias (22 estudantes). A mesma tendência acontece com o *Twitter* (quarta rede mais acedida diariamente) e terceira (19 estudantes) no acesso diário a notícias, à frente de plataformas como o *Youtube* e o *Whatsapp*. O *Whatsapp*, entre as redes sociais mais utilizadas (46 utilizam diariamente) surge com 29 estudantes a afirmar que nunca acedem a notícias através desta plataforma ou, se o fazem, é muito “raramente” (11).

Em relação ao modo como as notícias surgem no *newsfeed* nas redes sociais, os resultados obtidos através do questionário (Tabela 4) revelam que dos 56 alunos que responderam ao questionário, 28 manifestam desconhecimento enquanto 5 admitem

Tabela 3 – Frequência de acesso a notícias nas redes sociais

	Todos os dias		Algumas vezes por semana		Algumas vezes por mês		Raramente		Nunca	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Facebook	22	39,2	16	28,5	6	10,7	6	10,7	6	10,7
Tumblr	0	0	0	0	1	1,7	4	7,1	51	91,0
Twitter	19	33,9	7	12,5	3	5,3	8	14,2	19	33,9
Snapchat	1	1,7	1	1,7	2	3,5	6	10,7	46	82,1
Pinterest	0	0	3	5,3	3	5,3	7	12,5	43	76,7
Instagram	24	42,8	10	17,8	3	5,3	5	8,9	14	25
Whatsapp	10	17,8	3	5,3	3	5,3	11	19,6	29	51,7
Youtube	15	26,7	9	16,0	8	14,2	10	17,8	14	25

que nunca tinham pensado sobre o assunto. Na realidade, são as análises algorítmicas que determinam as notícias que aparecem no *feed* das várias plataformas, sendo esta a escolha assinalada por 23 alunos.

A Tabela 5 apresenta os resultados relativos à autoperceção do comportamento dos alunos quando encararam uma notícia nas redes sociais. Assim, 27 admitem que procuram “Sempre” ou “Na maioria das vezes” informação adicional, 23 assinalaram “Algumas vezes” e 6 “Nunca” ou “Poucas vezes”.

De acordo com os participantes, as redes sociais (Tabela 6), são o meio principal de difusão de *Fake News*, tendo 44 dos inquiridos respondido que assistem “Sempre” ou “Muitas vezes” à partilha de FN nas várias plataformas. Os *podcasts* surgem como o meio onde menos se assiste à difusão de FN (41 raramente ou nunca observam a partilha de FN). Os jornais, a televisão e a rádio também são meios pouco propícios à divulgação de FN (30, 31 e 37 “Raramente” ou “Nunca”, respetivamente). No entanto, em todos os meios existe um elevado número de respostas na opção “Frequentemente”,

o que indicia que as FN surgem com frequência em todos os meios apresentados, apesar da sua grande evidência nas redes sociais.

A Tabela 7 mostra o número de participantes que procurou informação adicional face a uma reivindicação com factos exagerados e criada especificamente com o propósito de manipular os processos cognitivos do leitor - semelhante ao sistema utilizado pelas FN. Como objeto de medição, utilizámos uma versão simplificada da paródia do Monóxido de di-hidrogénio (DHMO parody)¹. Apresentámos uma lista de factos exagerados sobre os efeitos negativos da água numa linguagem deliberadamente simples de modo a criar um efeito de deturpação de realidade. De seguida, perguntámos aos participantes se concordavam com o banimento ou restrição da substância. Os participantes estavam livres de pesquisar informação e, no entanto, a maior parte (32) concordou que devia ser banida ou restringida, 7 não concordam e 17 referiram não ter certezas. Estes números indicam

que a autoperceção de comportamento apresentada anteriormente na Tabela 5 (onde 27 dos participantes afirmaram que procuram “Sempre” ou “Muitas vezes” informação adicional), não se traduz em realidade. A maior parte dos alunos, seja por que motivo for (fatiga de resposta ao questionário, preguiça, falta de autoconsciência ou bases epistemológicas, etc.), demonstrou não procurar informação adicional quando confrontados com factos exagerados.

Pedimos ainda aos alunos para justificarem a sua resposta em breves palavras. A maior parte aceitou os factos exagerados sem questionar ou procurar informação e as fundamentações limitaram-se a nomear os perigos citados na pergunta. Alguns dos participantes captaram a utilização da linguagem simplificada e outros admitiram que precisavam de mais informação. Contudo, embora tivessem os meios ao seu dispor (os questionários foram apresentados *online* tanto para preenchimento em horário escolar ou em casa, de acordo com a disponibilidade dos participantes), a maior parte dos alunos decidiu não esclarecer dúvidas ou procurar mais informação.

¹ DHMO ou Monóxido de di-hidrogénio é um nome químico não muito utilizado para a água.

Tabela 4 - Como aparecem as notícias no newsfeed das redes sociais

	n	%
Análises algorítmicas	23	41,1
Por editores e jornalistas que trabalham para a própria plataforma onde surgem as notícias	13	23,2
Por editores e jornalistas que trabalham para grupos noticiosos	12	21,4
Nunca tinha pensado sobre o assunto	5	8,9
Aleatoriamente	3	5,3

Tabela 5 - Costuma pesquisar sobre a informação avançada por uma notícia nas redes sociais para procurar informação adicional?

	n	%
Sempre	6	10,7
Na maioria das vezes	21	37,5
Algumas vezes	23	41,0
Poucas vezes	5	8,9
Nunca	1	1,8

Outra das questões colocadas procurou averiguar se os estudantes saberiam distinguir a página principal *online* de um jornal conceituado de um jornal de FN. Como exemplos, colocou-se o Diário de Notícias (Figura 3) como fonte legítima e a Magazine Lusa (Figura 4) como fonte de FN.

de distinção entre fontes de informação legítimas e de desinformação, quando se encontraram lado a lado, tendo os participantes tido a oportunidade de compararem diretamente as duas. Apresentámos dois corpos de texto de notícias (sem título), um de fonte credível (Texto 1) e uma FN

No entanto, apenas 13 dos participantes conseguiram reconhecer somente ambas as opções corretas, existindo casos em que consideraram 3 ou 4 (todas) como FN. Estes números confirmam a natureza das FN que, no seu processo mimético do ambiente jornalístico, detêm a



Figura 3 - Homepage Diário de Notícias (19-09-2019)

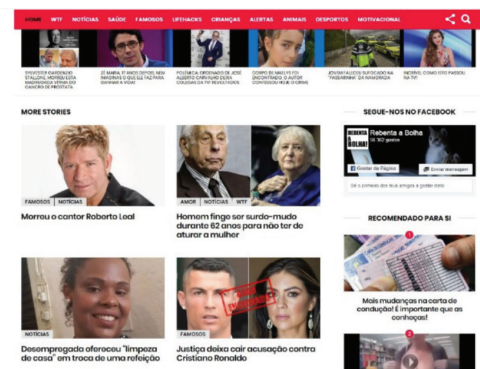


Figura 4 – Homepage Magazine Lusa (19-09-2019)

Conforme os resultados apresentados na Tabela 8, a maior parte dos alunos (33) não conseguiu identificar a página principal do Diário de Notícias como fonte de notícias conceituada. No entanto, 47 conseguiram identificar a página do “Magazine Lusa” como FN.

A análise dos resultados permitiu ainda atestar uma maior capacidade

(Texto 2). Tal como se pode observar na Tabela 9, a maioria dos alunos (45) foi capaz de identificar a FN.

Ainda em contexto comparativo, a maior parte dos estudantes foi igualmente capaz de identificar FN apenas a partir do título (Tabela 10). Entre 4 hipóteses (2 legítimas e 2 FN), 38 identificaram, pelo menos, uma FN.

capacidade de iludir o leitor. Contudo, não podemos descartar a possibilidade de uma relação inversa que se traduz numa tendência de utilização de títulos mais próximos das FN por parte de jornais conceituados.

Em relação à eficácia dos vários meios para combater a desinformação (Tabela 11), os alunos demonstraram uma maior confiança na promoção de

Tabela 6 - Meios onde assiste à partilha de fake news

	Sempre		Muitas vezes		Frequentemente		Raramente		Nunca	
	n	%	n	%	N	%	n	%	n	%
Redes Sociais	19	33,9	25	44,6	10	17,8	1	1,7	1	1,7
Vídeos (e.g. Youtube)	4	7,1	13	23,2	13	23,2	21	37,5	5	8,9
Podcasts	0	0	4	7,1	11	19,6	23	41,0	18	32,1
Televisão	3	5,3	8	14,2	15	26,7	24	42,8	6	10,7
Jornais	1	1,7	9	16,0	15	26,7	24	42,8	7	12,5
Rádio	1	1,7	5	8,9	13	23,2	24	42,8	13	23,2

Tabela 7 – A substância “monóxido de di-hidrogénio deve ser banida ou restrita

	n	%
Sim	32	57,1
Não	7	12,5
Não estou seguro	17	30,4

literacia mediática digital (38 responderam que era “Totalmente eficaz” ou “Muito Eficaz”). A ação legislativa é o meio que apresenta resultados mais baixos com 17 dos 56 estudantes a referirem que este método é “Pouco” ou “Nada eficaz”. O desenvolvimento de ferramentas de apoio à deteção é considerado o 2º meio mais eficaz (33 responderam “Totalmente eficaz” ou “Muito Eficaz”), seguindo-se as mudanças estruturais no ecossistema digital com 20 alunos a afirmarem que é totalmente eficaz ou muito eficaz.

Discussão dos resultados

Considerando que a desinformação e proliferação das FN é uma ameaça ao processo democrático (Pereira *et al.*, 2019) e um problema epistemológico, tentámos perceber como futuros profissionais de comunicação, no percurso do seu ciclo de estudos, lidam com (des)informação ao nível cognitivo e comportamental, assim como a sua autoperceção de como julgam interagir com FN. Pretendemos com este estudo compreender as bases epistemológicas que os alunos possuem nesta fase

de formação. Admitimos que estes resultados estão restritos a uma única Instituição de Ensino Superior e a um curso específico, não podendo, portanto, ser extrapolados para a população geral.

Verificámos, através dos resultados obtidos, uma descrença nas fontes tradicionais de informação e as redes sociais a surgirem como o meio principal de acesso a notícias. Com isto, podíamos concluir que uma maior sensibilização juntos dos criadores destas plataformas para combater a desinformação poderia provar-se útil para promover iniciativas de controlo (mudanças estruturais no ecossistema digital). Contudo, sendo este um meio reativo e sujeito à vontade arbitrária de entidades privadas, não poderá ser considerado o mais adequado. As condições para uma boa implementação de controlo de informação requerem um esforço ético exigente e um investimento constante e contínuo na sua adaptação e atualização ao meio digital onde as FN se multiplicam. Embora não duvidemos da capacidade de plataformas como o *Facebook* e *Twitter* de desenvolver tais ações, a verdade é que o sujeito está exposto a vários

tipos de fontes de informação (Dubois & Blank, 2018). Neste sentido, não existem restrições à criação de novas e diversas plataformas que podem ignorar a necessidade de mecanismo de controlo de desinformação ou até utilizar a falta destes como característica e não como falha para atrair utilizadores, aludindo ao respeito pela liberdade de opinião e expressão.

A análise das repostas, permite igualmente concluir que existem algumas lacunas epistemológicas nos alunos que participaram no estudo. A maioria desconhece o processo algorítmico envolvido na escolha de notícias no seu *newsfeed* (e.g. *Facebook*) e, embora os números sejam superiores aos apresentados por Cardoso *et al.* (2018) - de 24% para 41% (não sabe) - temos de ter em conta que os nossos participantes são especificamente alunos de comunicação e o relatório da Obercom, com uma amostra maior (n=2008 vs n=56) , inferiu sobre uma base de dados mais abrangente. Um maior conhecimento de alunos do ensino superior de comunicação sobre o tópico das FN em relação à população geral não é surpreendente, apesar de podermos

Tabela 8 – Considera que é a página principal de um jornal conceituado?

	Sim		Não	
	n	%	n	%
Homepage “do Diário de Notícias” (19-09-2019)	23	41,0	33	58,9
Homepage do “Magazine Lusa” (19-09-2019)	9	16,0	47	83,9

Tabela 9 - Qual dos textos pensa ser proveniente de uma fonte de desinformação/fake news

	n	%
Texto 1 (Fonte credível)	11	19,6
Texto 2 (Fake News)	45	80,4

Tabela 10 - Quais dos seguintes títulos noticiosos fazem parte de websites de desinformação/fake news

	n	%
Título 1 (Fonte credível)	1	1,7
Título 2 (Fake News)	38	67,8
Título 3 (Fake News)	31	55,3
Título 4 (Fonte Credível)	18	32,1

interpretar os valores obtidos neste trabalho como baixos. Neste ponto, consideramos necessária uma maior compreensão do funcionamento do fluxo de informação no meio digital.

Os estudantes demonstraram também dificuldade em distinguir entre páginas de informação legítimas e FN. Aqui reconhecemos que os processos miméticos entre FN e informação credível podem dificultar esta tarefa. Por outro lado, também aceitamos que pode existir uma maior aproximação por parte de fontes credíveis para tipos de informação dúbias para atrair mais leitores. Por outras palavras, o sensacionalismo e fabricação de histórias falsas por parte da imprensa tradicional não é um fenómeno recente, tendo sido uma ferramenta utilizada com bastante eficácia para moldar a opinião pública. Isto deve-se à sua posição social como autoridade epistemológica necessária à sociedade (Gelfert, 2018). É esta necessidade que expõe vulnerabilidades que, por sua vez, são exploradas predatoriamente por agentes de desinformação.

Os resultados obtidos revelam também uma dissonância entre a

autoperceção comportamental dos alunos e o seu efetivo comportamento: 27 dos 56 alunos respondeu que procura “Sempre” ou “Na maioria das vezes” informação adicional, mas quando confrontados com factos falsos/exagerados na paródia do monóxido de di-hidrogénio, um número elevado de participantes (32) concordou em banir ou restringir a substância com base na informação apresentada e 17 alunos não conseguiram responder. Uma simples pesquisa no *Google* prontamente demonstra que o monóxido de di-hidrogénio é um nome alternativo para água. Podemos argumentar que o ambiente de resposta não foi o mais indicado para a pesquisa de informação ou esclarecimento de dúvidas. O modo como os participantes encararam o questionário não se pode descartar, assim como outros elementos (fatiga ou cansaço, preguiça, etc.). No entanto, mesmo tendo em conta estas atenuantes, verificamos relutância na altura de refletir a informação.

Todos os quatro meios de combate identificados e apresentados aos alunos apresentam um grau elevado de confiança em relação à sua eficácia.

Mesmo a ação legislativa, considerado o menos eficaz, apresenta graus de confiança expressivos (8 consideram “Totalmente eficaz”, 6 “Muito eficaz” e 25 “Eficaz”). A promoção de literacia mediática digital é o mais popular, seguido do desenvolvimento de ferramentas de apoio à deteção de FN. Estes resultados indicam que a desinformação é percecionada como um problema essencialmente epistemológico e o desenvolvimento de capacidades e processos cognitivos de reflexão crítica sobre informação podem provar-se fundamentais no combate às FN. A promoção de um pensamento crítico não pode ser aplicada de modo arbitrário ou demasiado abrangente, sob prejuízo de nos encontrarmos em situações epistemologicamente erradas. Ou seja, é necessário promover um espírito crítico auto consciente das suas próprias limitações intelectuais e epistemológicas capaz de reconhecer, com um elevado grau de confiança, quando deve confiar ou desconfiar de informação. Não é recomendado ou até plausível que o sujeito adote uma posição crítica em relação a todo o seu meio envolvente. Se levarmos

Tabela 11 – Eficácia dos meios de combate à desinformação

	Totalmente eficaz		Muito eficaz		Eficaz		Pouco eficaz		Nada eficaz	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Regulamento legislativo	8	14,2	6	10,7	25	44,6	15	26,7	2	3,5
Mudanças estruturais no ecossistema digital	8	14,2	12	21,4	20	35,7	14	25	2	3,5
Desenvolvimento de ferramentas de apoio à deteção	13	23,2	20	35,7	17	30,3	6	10,7	0	0
Maior literacia mediática digital	15	26,7	23	41,0	15	26,7	3	5,3	0	0

o exemplo ao extremo, um indivíduo que duvide de tudo, não pode sequer estar em casa sem medo de que as fundações tenham sido mal trabalhadas ou com um teto defeituoso prestes a desabar. Isto é claramente uma exposição hiperbólica, mas que consideramos pertinente aludir numa altura em que o desenvolvimento de espírito crítico surge com frequência em meios académicos e intelectuais sem qualquer tipo de reservas ou cuidados adicionais mencionados.

Conclusões

As conclusões alcançadas no âmbito deste trabalho corroboram a descrença nas fontes tradicionais de informação e evidenciam a importância das redes sociais no dia-a-dia dos estudantes ao surgirem como o meio principal de acesso a notícias.

Este estudo permitiu perceber que a promoção de maior literacia mediática digital é um dos meios perseguidos pelos estudantes como um dos mais eficazes contra a desinformação. Validando a ligação entre literacia e educação e, de acordo com os resultados discutidos, podemos concluir

Os resultados indicam uma tendência positiva no modo como os estudantes lidam com a informação online

que a problemática da desinformação aufere contornos epistemológicos que podem ser abordados das mais diversas formas. Conclui-se igualmente que apesar de algumas lacunas verificadas, os resultados indicam uma tendência positiva no modo como os estudantes lidam com a informação *online*, nomeadamente no momento de distinguir corretamente fontes credíveis de fontes falsas, distinção de títulos utilizados por *fake news*. Os estudantes também mostram ser capazes de interpretar e identificar corpos de texto de desinformação sem qualquer outro tipo de indicador. Estes resultados parecem indicar que uma das vias de combate à desinformação pode ser, de facto, a promoção de maior literacia mediática digital através de ações especializadas de educação e formação.

Fruto desta investigação surge a necessidade de colmatar as limitações já mencionadas, como abranger mais alunos da mesma instituição ou envolver mais estudantes de comunicação de outras instituições de ensino superior. Consideramos igualmente pertinente a possibilidade de obter resultados a nível nacional de todos

os alunos do ensino superior, assim como versões adequadas que possam ser apresentadas a alunos do 2º e 3º ciclo e secundário, com o objetivo de compreender onde possíveis propostas de promoção de literacia mediática digital devem ter início no percurso académico do cidadão. Sugerimos, portanto, uma maior abrangência e profundidade de estudos futuros de forma a compreender melhor o fenómeno das FN e desinformação e como as soluções propostas devem ser moldadas adequadamente a partir dos dados obtidos para que as instituições possam realizar os ajustes curriculares necessários.

Referências bibliográficas

- Bennett, W. L., & Livingston, S. (2018). The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions. *European Journal of Communication*, 33(2), 122-139.
- Cardoso, G., Baldi, V., Pais, P. C., Paisana, M., Quintanilha, T. L., & Couraceiro, P. (2018). As Fake News numa sociedade pós-verdade Contextualização, potenciais soluções e análise. *Relatório Obercom*. Consultado a 2 setembro de 2020, em <https://bit.ly/37HWdzK>
- Carmo, H., & Ferreira, M. (1998). *Metodologia da Investigação – Guia para Autoaprendizagem*. Universidade Aberta.
- Ciampaglia, G. L. (2018). Fighting fake news: a role for computational social science in the fight against digital misinformation. *Journal of Computational Social Science*, 1(1), 147-153.
- Comissão Europeia. (2018). *Comunicação da comissão ao parlamento europeu, ao conselho, ao comité económico e social europeu e ao comité das regiões: Combater a desinformação em linha: uma estratégia europeia*. Bruxelas. Consultado a 2 setembro de 2020, em <https://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2018/PT/COM-2018-236-F1-PT-MAIN-PART-1.PDF>
- Cruz, M. (2020). *Fake News & Desinformação: Estudo de caso numa instituição de ensino superior em Portugal*. Dissertação de Mestrado. Instituto Politécnico de Viseu.
- Dentith, M. R. (2016). The problem of fake news. *Public Reason*, 8(1-2), 65-79.
- DiFranzo, D., & Gloria, M. J. K. (2017). Filter bubbles and fake news. *ACM Crossroads*, 23(3), 32-35.
- Dubois, E., & Blank, G. (2018). The echo chamber is overstated: the moderating effect of political interest and diverse media. *Information, Communication & Society*, 21(5), 729-745. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2018.1428656>
- Gelfert, A. (2018). Fake news: A definition. *Informal Logic*, 38(1), 84-117.
- Ghiglione, R. & Matalon, B. (2005). *O Inquérito – Teoria e Prática*. Oeiras: Celta Editora.
- Hardalov, M., Koychev, I., & Nakov, P. (2016, September). In search of credible news. In *International Conference on Artificial Intelligence: Methodology, Systems, and Applications* (pp. 172-180). Springer, Cham.
- Hill, M. M., & Hill, A. (2009). *Investigação por questionário*. 2ª Edição. Lisboa: Edições Sílabo.
- Hornikx, J. (2011). Epistemic authority of professors and researchers: Differential perceptions by students from two cultural-educational systems. *Social Psychology of Education*, 14(2), 169-183.

- Koltay, T. (2011). The media and the literacies: Media literacy, information literacy, digital literacy. *Media, Culture & Society*, 33(2), 211-221.
- Lazer, D. M., Baum, M. A., Benkler, Y., Berinsky, A. J., Greenhill, K. M., Menczer, F., & Schudson, M. (2018). The science of fake news. *Science*, 359(6380), 1094-1096.
- Morais, N., & Sobral, F. (2019). Social communication students' perceptions of online misinformation. *Proceedings of ICERI2019 Conference*, (pp. 365-373), 11th-13th November 2019, Seville, Spain.
- Moreira, J. (2009). *Questionários: Teoria e prática*. Coimbra: Edições Almedina.
- Oppenheim, A. (1999). *Questionnaire design, interviewing and attitude measurement*. London: Continuum.
- Pereira, E., Puga, P., & Azevedo, F. (2019). *A Desinformação-Contexto europeu e nacional*. Lisboa: ERC-Entidade Reguladora para a Comunicação Social. Consultado a 2 setembro de 2020, em <https://bit.ly/2zLfHAG>
- Ruchansky, N., Seo, S., & Liu, Y. (2017, November). Csi: A hybrid deep model for fake news detection. In *Proceedings of the 2017 ACM on Conference on Information and Knowledge Management* (pp. 797-806). ACM.
- Verstraete, M., Bambauer, D. E., & Bambauer, J. R. (2017). Identifying and countering fake news. Consultado a 2 setembro de 2020, em https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3007971
- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146-1151.
- Wineburg, S., McGrew, S., Breakstone, J., & Ortega, T. (2016). Evaluating Information: The Cornerstone of Civic Online Reasoning. *Stanford Digital Repository*. Consultado a 2 setembro de 2020, em http://purl.stanford.edu/fv751yt5934_