

**Ana Daniele Maciel** -  
Universidade do Minho –  
UMinho  
E-mail:  
[anads.maciel@gmail.com](mailto:anads.maciel@gmail.com)

**Sara Balonas** -  
Universidade do Minho –  
UMinho  
E-mail:  
[sarabalonas@ics.uminho.pt](mailto:sarabalonas@ics.uminho.pt)

**Aline Moreno** -  
Universidade do Minho –  
UMinho  
E-mail:  
[line\\_moreno@hotmail.com](mailto:line_moreno@hotmail.com)

**Carolina Toscano** -  
Universidade do Minho –  
UMinho  
E-mail: [caroltmaia@gmail.com](mailto:caroltmaia@gmail.com)



Este trabalho está licenciado sob  
uma licença [Creative Commons  
Attribution 4.0 International  
License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

**Copyright (©):**  
Aos autores pertence o direito  
exclusivo de utilização ou  
reprodução

ISSN: 2175-8689

## A Literacia Midiática e o Combate à Desinformação: iniciativas no Brasil e em Portugal

*Media Literacy and Combating  
Disinformation:  
initiatives in Brazil and Portugal*

*Alfabetización Mediática y Combate  
Contra la Desinformación:  
iniciativas en Brasil y Portugal*

Maciel, A. D., Balonas, S., Moreno, A., & Toscano, C. A Literacia  
Midiática e o Combate à Desinformação: iniciativas no Brasil  
e em Portugal. *Revista Eco-Pós*, 28(1), 181–208.  
<https://doi.org/10.29146/eco-ps.v28i1.28458>

## RESUMO

Os desafios sociais tais como as mudanças climáticas, a sobrecarga de sistemas de saúde, as disparidades de acesso à educação, a precarização do trabalho, entre outros, são agravados pela desinformação, que compromete a interpretação dos fatos e a tomada de decisões. Esta investigação propõe um estudo comparativo entre Brasil e Portugal, realizado por meio de revisão integrativa da literatura, a fim de compreender o conceito de literacia midiática, analisando iniciativas para minimizar as implicações da desinformação, um dos maiores desafios sociais da atualidade. Os resultados mostram diversidade nas estratégias e recursos utilizados, destacando um consenso: apenas uma postura crítica torna a sociedade mais resistente às manipulações que favorecem interesses ilegítimos.

**PALAVRAS-CHAVE:** *Desinformação; Pós-verdade; Desafios Sociais; Literacia midiática.*

## ABSTRACT

Social challenges such as climate change, the overload of healthcare systems, disparities in access to education, job insecurity, among others, are exacerbated by disinformation, which compromises the interpretation of facts and decision-making. This investigation propose a comparative study between Brazil and Portugal, conducted through an integrative literature review, to understand the concept of media literacy, analyzing initiatives to minimize the implications of disinformation one of today's greatest social challenges. The results reveal diversity in the strategies and resources employed, highlighting a consensus: only a critical stance makes society more resistant to manipulations that serve illegitimate interests.

**KEYWORDS:** *Disinformation; Post-truth; Social Challenges; Media Literacy.*

## RESUMEN

Los desafíos sociales como el cambio climático, la sobrecarga de los sistemas de salud, las disparidades en el acceso a la educación, la precarización del trabajo, entre otros, se agravan por la desinformación, que compromete la interpretación de los hechos y la toma de decisiones. Esta investigación propone un estudio comparativo entre Brasil y Portugal, realizado mediante una revisión integradora de la literatura, comprender el concepto de alfabetización mediática, analizando las iniciativas para minimizar las implicaciones de la desinformación, uno de los mayores desafíos sociales de la actualidad. Los resultados muestran diversidad en las estrategias y recursos utilizados, destacando un consenso: solo una postura crítica hace que la sociedad sea más resistente a las manipulaciones que favorecen intereses ilegítimos.

**PALABRAS CLAVE:** *Desinformación; Posverdad; Desafíos Sociales; Alfabetización Mediática.*

Submetido em 15 de março de 2025.

Aceito em 10 de maio de 2025.

## Introdução

Um traço marcante da contemporaneidade é a intensa circulação de todo o tipo de conteúdo, especialmente nas plataformas digitais, que facilitam a publicação de informações e incentivam o engajamento, independentemente do que é compartilhado. Esse cenário é caracterizado pela infodemia, definida pelo excesso de informações, tanto precisas quanto imprecisas, que dificulta o acesso a fontes e dados confiáveis (Opas, 2020). Entre esses conteúdos, destacam-se: 1) as teorias da conspiração, baseadas em interpretações alternativas dos fatos, geralmente sustentadas pela postura cética ao que contraria versões pré-existentes (Lewandowsky; Cook, 2020); 2) conteúdos desinformativos, derivados de informações enganosas criadas e disseminadas para causar danos a pessoas ou organizações (Wardle, 2017), e ainda; 3) os discursos de ódio, que buscam não apenas comunicar, mas incitar discriminação ou violência contra grupos vulneráveis (Butler, 2021).

A desordem informacional não só interfere na percepção social dos acontecimentos, como influencia os desafios que a sociedade enfrenta. Este efeito se manifesta de diversas formas, como é o caso das teorias da conspiração que afetam as questões de saúde, comprometendo campanhas de vacinação e agravando crises sanitárias, de que a pandemia provocada pela Covid-19 é exemplo (Monari; Sacramento, 2021). A disseminação de desinformação tem se tornado um fenômeno cada vez mais preocupante, impactando diversas esferas sociais e fragilizando pilares fundamentais da democracia. Esse cenário se intensifica especialmente durante períodos eleitorais, quando a manipulação de narrativas é utilizada para favorecer ou atacar candidatos, ao mesmo tempo que mina a confiança da população no processo democrático (Mello, 2021).

No campo da educação, verificam-se críticas infundadas às políticas públicas como o sistema de cotas (Pereira; Fagundes, 2023) ou a abordagens pedagógicas como a educação sexual (Lelo; Caminhas, 2021). A desordem informacional reflete-se ainda nas tentativas de descredibilizar a proteção ambiental e o trabalho dos agentes engajados na sustentabilidade (Lewandowsky, 2020), assim como nos ataques de ódio direcionados a grupos como os

indígenas (Martins, 2024) e movimentos sociais (Medeiros *et al.*, 2024), que visam invalidar suas pautas de reivindicação.

O enfrentamento aos desafios sociais, exacerbados pela propagação de conteúdos enganosos, demanda um esforço conjunto e complexo de diversas instâncias da sociedade. No campo da comunicação, reconhecemos que a capacidade para lidar de forma crítica com as informações em circulação desempenha um papel fundamental para tornar a população mais resistente às iniciativas que buscam manipular a opinião pública.

A literacia midiática é, por vezes, referida como alfabetização midiática (no Brasil) ou literacia mediática (em Portugal). Para fins do presente estudo, adotamos o conceito de literacia midiática. No Brasil, identificamos pesquisas que evidenciam a importância da literacia midiática para que as pessoas tenham mais controle e responsabilidade sobre os conteúdos que produzem, disseminam e consomem, contribuindo para o combate à desinformação (Ferrarezi, 2023; Marquette, 2021). Em Portugal, a literacia midiática é compreendida em investigações como uma competência essencial para capacitar jovens, assim como diferentes gerações, a se tornarem cidadãos críticos e engajados nas comunidades onde se inserem (Oliveira, 2022; Petrella, 2020).

Neste trabalho, propomos um estudo comparativo entre Brasil e Portugal, dois países que têm desenvolvido ações relevantes em literacia midiática para fortalecer o pensamento crítico e incentivar a participação cidadã. Para o efeito, realizamos uma revisão integrativa da literatura (Souza; Silva; Carvalho, 2010), entre 2020 e 2024, com o objetivo norteador de compreender o conceito de literacia midiática nos respectivos contextos. Em particular, o estudo visa identificar as iniciativas referidas na literatura, a fim de minimizar as implicações da desinformação, tendo em vista as especificidades e problemáticas de cada realidade. Consideramos que o debate acadêmico sobre essas dinâmicas contribui para a reflexão sobre as boas práticas e desafios comuns, essenciais para o aprimoramento das estratégias que tornem a literacia midiática mais acessível e eficaz.

## 1. Desinformação: ameaças à Integridade da Informação

O Dicionário Oxford escolheu *post-truth* (pós-verdade) como a palavra do ano de 2016, em razão da sua popularização durante o plebiscito sobre a saída do Reino Unido da União Europeia e as eleições presidenciais dos Estados Unidos. Esses eventos foram marcados pela ampla disseminação de desinformação que, surpreendentemente, foi considerada confiável por uma parcela expressiva da população. O dicionário classificou o termo como um adjetivo “que denota circunstâncias nas quais fatos objetivos são menos influentes na formação da opinião pública do que apelos à emoção e à crença pessoal” (Oxford, 2016, p. 1). Embora a criação de informações falsas com objetivos ilegítimos faça parte da história, esse período é notável por demonstrar a facilidade com que esse tipo de conteúdo pode ser publicado, com alcance e velocidade sem precedentes, por meio das plataformas digitais. Desde então, a ampla disseminação de desinformação e a atribuição de confiança a elas têm desafiado pessoas e organizações em todo o mundo.

As plataformas digitais, especialmente de mídias sociais, operam com um modelo de negócios que depende do engajamento de publicações. A partir da imposição de uma cultura da vigilância, disfarçada de funcionalidades que parecem úteis ou interessantes, elas monitoram todas as ações dos usuários (Zuboff, 2019). Com base nesses dados, personalizam os conteúdos que mais agradam, capturando sua atenção e prolongando o tempo de permanência conectados. Essa dinâmica favorece a viralização de conteúdos desinformativos que, ao apelar a sentimentos como raiva ou medo, provocam reações intensas que ampliam seu alcance. A partir dos dados coletados, as plataformas fazem a segmentação da publicidade de modo direcionado, otimizando as práticas de consumo no ambiente digital. Por esta razão, há desconfiança em relação às promessas de combate à desinformação das plataformas, visto que elas se beneficiam diretamente do alto engajamento de conteúdos, que independem da sua veracidade (Morozov, 2018; Rêgo, 2020).

Ao considerar a crença nesse tipo de conteúdo, Santaella (2018) indica que a mente funciona por reconhecimento de padrões, sendo atraída pelo que já conhece em detrimento do

que desconhece. Na mesma direção, D’Ancona (2018) destaca que as mídias sociais e os mecanismos de busca “tendem a nos dirigir para o conteúdo de que vamos gostar e para as pessoas que concordam conosco” (D’Ancona, 2018, p. 53). Também se evidencia que “o uso dessas heurísticas faz com que os sujeitos julguem como verdadeiras informações falsas desde que tenham indicadores de grande endosso social e que confirmem suas crenças prévias” (Marques, 2020, p. 3). Para Han (2022), a nossa aceitação está relacionada a processos de reconhecimento e identificação, enquanto nossa rejeição se associa à incapacidade e intolerância para lidar com o diverso. Esse mecanismo intensifica os processos de polarização, pois “fora da área de cada tribo, então, há apenas inimigos — os outros, afinal — que devem ser combatidos” (Han, 2022, p. 39).

Ainda assim, o acesso a informações confiáveis é essencial para fundamentar a interpretação social dos acontecimentos, possibilitar a tomada de decisões de forma consciente e promover práticas sociais alinhadas aos princípios democráticos, como o respeito à pluralidade de ideias e o bem-estar coletivo. Diversas iniciativas têm se dedicado a esclarecer os fatos para desfazer preconceitos que facilitam a adesão aos conteúdos enganosos, ao mesmo tempo que incentivam a formação de uma cidadania mais informada e crítica. Tal perspectiva mobiliza ações em defesa da integridade da informação, assim como no combate à desinformação e aos discursos de ódio que enfraquecem as democracias, evidenciando a urgência da adoção de medidas efetivas.

Em junho de 2024, a Organização das Nações Unidas (ONU) lançou os *Princípios Globais para a Integridade da Informação*, com o objetivo de reduzir os danos causados pela propagação de desinformação e discursos de ódio. Por meio de uma lista de recomendações, a iniciativa busca mobilizar governos, empresas de tecnologia, meios de comunicação e sociedade civil para a promoção de ambientes informativos mais confiáveis e éticos. O documento destaca a importância de defender os direitos humanos, promover sociedades pacíficas e contribuir para um futuro sustentável. “A promoção da integridade da informação envolve capacitar as pessoas para exercerem o seu direito de procurar, receber e transmitir informações e ideias de todos os

tipos e de terem opiniões sem que haja interferência” (ONU, 2024, p. 3). Nas recomendações das Nações Unidas, também há o reconhecimento da importância da literacia midiática e digital para fortalecer a capacidade das pessoas em identificar as ameaças à integridade da informação e combatê-las.

Entre as iniciativas de combate à desinformação, destaca-se o *fact-checking*, que consiste na verificação da precisão do que é divulgado em meios de comunicação, mas possui limitações, pois “quando uma percepção errada está consolidada nos preconceitos de uma pessoa é muito difícil removê-la, mesmo apresentando provas que demonstram sua falsidade” (Reato, 2021, p. 11). Outra medida relevante é a regulação das plataformas de mídias sociais, detentoras de espaços com grande fluxo de informações e usuários, para que promovam um ambiente mais livre de conteúdos nocivos à sociedade (Lopes, 2023). A exemplo do enquadramento legal, como o Projeto de Lei nº 2630, de 2020, conhecido como Lei das Fake News, em tramitação na Câmara dos Deputados no Brasil, e a Lei de Serviços Digitais, em vigor desde novembro de 2022, mas que passou a exigir que as plataformas cumpram suas obrigações em fevereiro de 2024, na União Europeia.

Destaca-se também a abordagem da educação midiática, que enfatiza a importância de integrar a literacia midiática nas práticas educacionais, especialmente em um contexto digital. David Buckingham citado por Calixto; Luz-Carvalho e Citelli (2020) argumenta que em um mundo saturado de informações de todos os tipos, as competências para compreender, analisar e criticar as mídias são imprescindíveis para uma participação ativa e consciente na sociedade. A literacia midiática deriva dessa abordagem, que buscaremos analisar em termos de suas conceituações e das especificidades de sua implementação, considerando os desafios sociais enfrentados em seus respectivos contextos.

## 2. Os Desafios Sociais do Nosso Tempo

Na sociedade contemporânea, os desafios sociais têm espelhado a complexidade de um mundo em constante transformação, no qual as mudanças têm ocorrido de forma célere. Os

desafios dos avanços tecnológicos, da globalização e das mudanças climáticas configuram-se como obstáculos para um desenvolvimento social equitativo, dilatando as desigualdades existentes, que atingem diretamente as populações vulneráveis.

Entre os riscos globais apresentados por Elsner *et al.* (2025), temos como exemplo: 1) as condições de pobreza extrema; 2) a crise climática; 3) as questões ligadas a identidades de gênero e a inclusão de pessoas LGBTQIA+. Especificamente, no que concerne à 4) saúde, a sobrecarga dos sistemas reduz a possibilidade de acesso a recursos de saúde com qualidade e segurança. No caso da 5) educação, a existência de disparidades de acesso e tecnológicas, aprofundam as lacunas existentes. Neste sentido, vale ressaltar a importância da literacia midiática para a formação de professores, pais e alunos, visando desconstruir a ideia de que os nativos digitais estão “livres” das consequências da desinformação (Fernandes; Matos; Festas, 2022).

A desinformação científica também é considerada um desafio significativo, pois afeta a forma como as pessoas percebem e utilizam estas informações (Oliva *et al.*, 2024). O conceito de desinformação científica está associado à disseminação de informações falsas, enganosas ou imprecisas sobre questões científicas, exatamente relacionadas com temas de saúde, ambientais ou tecnológicos (Oliva *et al.*, 2024).

Em meio a essas questões, a desinformação é preocupante por comprometer a tomada de decisões informadas e a confiança nas instituições. O impacto da desinformação foi identificado no Relatório do Fórum Econômico Mundial (*The Global Risks Report*, 2025), como o risco global com maior gravidade a curto prazo, abrangendo os próximos dois anos (Elsner *et al.*, 2025). No Relatório, assevera-se que as ferramentas de inteligência artificial (IA) facilitam a proliferação de desinformação em formato de vídeo, imagens, voz ou texto (Elsner *et al.*, 2025). Essa situação se agrava à medida que entendemos que estamos inseridos em uma sociedade multicultural, que depende de múltiplos letramentos para capacitar as pessoas na interpretação dos significados (Brum; Schmidt; Santos, 2023). Ainda nesse contexto, há desafios sociais com várias problemáticas, como: ocorrência de conflitos (guerras) e perseguições a determinadas

populações, que têm contribuído para o agravamento de questões humanitárias dos refugiados e deslocados, em que direitos básicos têm sido desconsiderados.

Percebe-se que os desafios interconectados demandam ações conjuntas e comprometimento de governos, organizações internacionais e sociedade civil. Especialmente quando se trata da desinformação, visto que a rápida propagação de informações falsas, amplificada pelas mídias sociais, fomenta um ambiente favorável à “perpetuação da desinformação” e que “esta dinâmica sociotécnica pode resultar em um viés de confirmação, o que torna as pessoas mais propensas a consumir informações que corroboram com suas visões preexistentes” (Oliva *et al.*, 2024, p. 21).

Nesse cenário, a literacia midiática tem sido apontada como possível solução para o enfrentamento da desinformação, figurando como ação estratégica em diversos projetos. De acordo com Singh *et al.* (2016), no documento publicado pela Unesco, os resultados da literacia midiática incluem compreender o papel e as funções da mídia nas sociedades democráticas e no desenvolvimento; compreender as condições sob as quais a mídia pode cumprir suas funções; avaliar criticamente os conteúdos; engajar-se para a autoexpressão e participação democrática; bem como analisar as habilidades necessárias para produzir conteúdo. Assim, pode-se considerar a literacia midiática como uma competência essencial para que indivíduos sejam capazes de participar ativamente no contexto social contemporâneo, marcado por interações em ambiente digital, além de identificar as informações confiáveis e descartar as falsas com mais facilidade. Neste sentido, escolas, universidades e centros de pesquisa têm se empenhado em realizar estudos e projetos com essa finalidade.

O *Guia da Alfabetização Midiática-Visual*, por exemplo, foi resultado de uma pesquisa realizada com um grupo de professores de escolas municipais do Rio Grande do Sul. O objetivo era interpretar e produzir material para além da comunicação verbal, desenvolvendo um alfabetismo visual no contexto da literacia midiática. O documento reúne as etapas do estudo, além de sugestões de atividades e material de apoio, com a finalidade de ser um material acessível para outras escolas e profissionais (Brum; Schmidt; Santos, 2023). Pode-se perceber

que os educadores se preocupam com a interpretação de textos e imagens para combater a desinformação e o incentivo à violência nas escolas, que também tem sido um desafio social. Deste modo, um estudo que reflete sobre a relação entre a desinformação e a violência nas escolas do Brasil construiu uma proposta de agenda de políticas públicas para o Ministério da Educação, com o objetivo de promover a literacia midiática nos vários níveis de ensino, em concordância com as competências da Base Nacional Comum Curricular. No total, foram sugeridas cinco propostas: 1) Construção e promoção de uma política pública capilarizada de literacia midiática e informacional, articulada de modo interministerial e intersetorial, em colaboração com sistemas estaduais e municipais de ensino em diálogo com a sociedade civil; 2) Fomento institucional à participação no debate público e no desenho das políticas públicas; 3) Fomento à formação de professores; 4) Fomento à produção de conteúdos audiovisuais disponibilizados gratuitamente para escolas e para a comunidade; e 5) Fortalecimento da gestão democrática e dos laços afetivos nas escolas (Guazina, 2023).

Por outro lado, em um nível mais específico de ensino, a Comunicação Organizacional das universidades públicas deve facilitar a difusão da ciência para combater a desinformação. Além disso, é essencial ampliar as discussões sobre a divulgação do processo científico, incorporando as preocupações sociais, econômicas, políticas e corporativas. Desta forma, as universidades podem promover a interação entre os agentes públicos e os atores sociais, cumprindo a função social que lhes é atribuída por definição (Farnese, 2023). As escolas e as universidades formam cidadãos e devem acompanhar o desenvolvimento da sociedade. Diante disto, a literacia midiática pode desempenhar um papel importante na promoção de um debate público mais saudável e construtivo, além de ser uma ferramenta essencial no combate à desinformação, um dos desafios sociais mais urgentes do nosso tempo.

### 3. Percurso Metodológico

Compreende-se a importância da literacia midiática na sociedade, especialmente diante dos desafios que ela enfrenta, frequentemente agravados pela desinformação, enquanto fator

que dificulta a compreensão dos acontecimentos e intensifica situações de vulnerabilidade. No presente estudo, temos como objetivo mapear o conhecimento já produzido relativamente a este conceito, bem como conhecer as iniciativas já identificadas na promoção de literacia e mitigação das implicações da desinformação, ancorado numa revisão integrativa da literatura (Souza; Silva; Carvalho, 2010). A análise incide sobre publicações científicas relacionadas com a literacia midiática dos últimos cinco anos em Portugal e no Brasil.

Neste sentido, temos como ponto de partida a seguinte pergunta: Quais os estudos publicados que abordam os conceitos e os desafios sociais para implementação da literacia midiática nos últimos cinco anos? A base de dados escolhida para o estudo, cujo carácter é exploratório, é a *Scopus*, referência na investigação científica nas diversas áreas do conhecimento e, em particular, nas Ciências da Comunicação, sendo, também, referência internacional. Assim, a *Scopus* está alinhada com o objetivo do estudo, bem como com a amostra, Brasil e Portugal. De acordo com Ramos e Moreira (2023), Brasil e Portugal são países que possuem diretrizes e políticas de incentivo ao uso da tecnologia, e reconhecem a importância da literacia midiática por estar associada ao pensamento crítico, além de terem hábitos de mídia semelhantes, principalmente, no entretenimento, onde as mídias sociais se destacam pela ampla disseminação de desinformação.

O percurso metodológico para a revisão integrativa teve critérios previamente estabelecidos para que o estudo fosse realizado de forma mais crítica, evitando o risco de viés. Primeiramente, foi estipulado que a pesquisa avançada teria as palavras-chave: (*media literacy* OR *literacia mediática* OR *alfabetização midiática*) AND (*Portugal* OR *Brasil* OR *Brazil*). Os critérios de inclusão foram: idioma português e inglês, com o período de análise entre os anos de 2020 e 2024, sendo artigos de periódicos na área da Comunicação com acesso aberto. Os critérios de exclusão foram: artigos com idiomas diferentes e fora do período indicado, que não fossem da área de Comunicação, com acesso fechado e duplicados, como mostra a Figura 1.

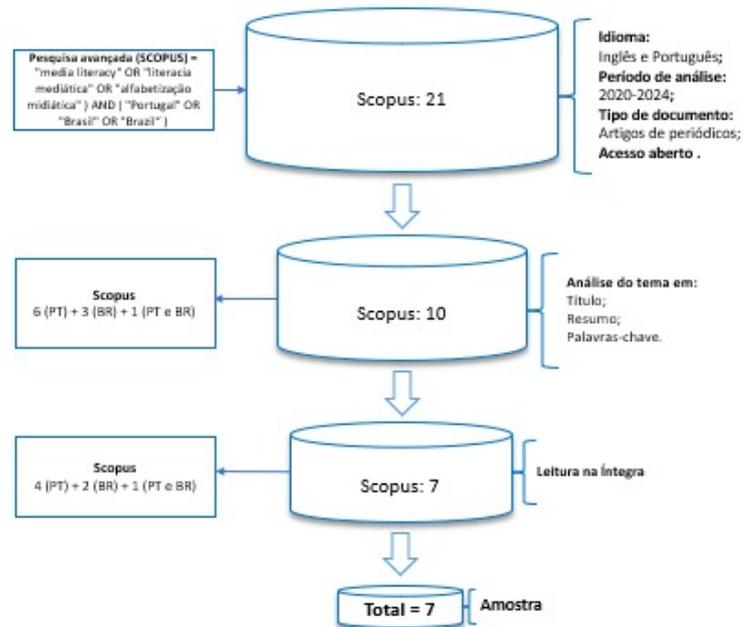
### Figura 1 - Filtragem dos artigos

Dossiê **Alfabetização Midiática e News Literacy**

<https://revistaecopos.eco.ufrj.br/>

ISSN 2175-8689 – v. 28, n. 1, 2025

DOI: 10.29146/eco-ps.v28i1.28458



Fonte: Elaborada pelas autoras.

A filtragem dos artigos passou por três etapas, em que a primeira consistiu na inclusão das palavras-chave, idioma, período de análise, tipo de documento e acesso aberto, totalizando 21 (vinte e um) artigos encontrados. A segunda etapa foi a análise do tema por meio da leitura no seguinte roteiro: título, resumo e palavras-chave, nessa etapa foram excluídos os artigos que não coincidiam com os objetivos e critérios estabelecidos, totalizando 10 (dez) artigos (seis no contexto português, três no brasileiro e um em ambos). A terceira e última etapa, foi a leitura na íntegra de forma crítica dos artigos que atendem aos objetivos do estudo. Neste aspecto, a amostra foi constituída com sete artigos (quatro no contexto português, dois no brasileiro e um em ambos). O Quadro 1 ilustra as informações referentes aos títulos, autoria e ano de publicação dos artigos selecionados.

### Quadro 1 - Artigos Analisados

**Dossiê** **Alfabetização Midiática e News Literacy**

<https://revistaecopos.eco.ufrj.br/>

ISSN 2175-8689 – v. 28, n. 1, 2025

DOI: 10.29146/eco-ps.v28i1.28458

Título	Autores	Ano
Literacia para Tod@s: o papel privilegiado do Jornalismo na promoção da literacia midiática	Silvia Frota; Luísa Cortés e Amanda Melo	2024
Desinformação, Literacia Mediática e Jornalismo: propostas dos Jornalistas em Portugal	Luísa Torre; Pedro Jerónimo e Inês Amaral	2024
How is Portugal Addressing Disinformation? Results of a Mapping of Initiatives (2010-2023)	Ana Filipa Oliveira; Margarida Maneta; Maria José Brites e Vanessa Ribeiro-Rodrigues	2024
“Platformization of News”, Authorship, and Unverified Content: Perceptions around Local Media	Ricardo Morais e Pedro Jerónimo	2023
#FandomsPeloVoto (#FandomsfortheVote): Fan Activism for Youth Voter Engagement in the 2022 Brazilian Elections	Gabriela Borges; Daiana Sigiliano e Cecília Almeida Rodrigues Lima	2023
Intergenerational Perspectives on Media and Fake News During Covid-19: Results From Online Intergenerational Focus Groups	Ana Filipa Oliveira; Maria José Brites e Carla Cerqueira	2022
Na Pandemia Brasileira, tá tendo Boneco de Neve no Norte e Nordeste do País! Pós-verdade em Debate	Marcelle Medeiros Teixeira e Dilton Ribeiro Couto Junior	2021

Fonte: Elaborado pelas autoras.

Dossiê **Alfabetização Midiática e News Literacy**

<https://revistaecopos.eco.ufrj.br/>

ISSN 2175-8689 – v. 28, n. 1, 2025

DOI: 10.29146/eco-ps.v28i1.28458

Conforme apresentado no Quadro 1, os artigos que compõem a amostra correspondem a: 2024 — dois artigos em português e um em inglês; 2023 — dois artigos em inglês; 2022 — um artigo em inglês; e em 2021 — um em português. Constatamos que a amostra identificada na base de dados *Scopus* é reduzida diante da relevância do tema. Ademais, o período analisado coincide com a pandemia da Covid-19, marcada por inúmeros desafios e ampla disseminação de desinformação. Ainda, observamos a predominância de publicações em língua inglesa na amostra.

#### 4. Conceitos e Ações Identificadas em Torno da Literacia Midiática

Ao analisar os artigos selecionados identificamos aspectos relevantes sobre a conceituação e as ações sociais de literacia midiática no Brasil e em Portugal. É importante ressaltar que os artigos apresentam o conceito através da definição de outros pesquisadores, instituições e organizações, como a Comissão Europeia e a Unesco. Sendo assim, nenhum dos quatro artigos da amostra do contexto português teve como objetivo conceituar a literacia midiática, mas sim, contextualizar o próprio estudo. No cenário brasileiro, dois artigos buscaram conceituar a literacia midiática, recorrendo a autores como Hobbs (2010); Unesco (2018); Mihailidis (2014); Alvermann e Hagood (2000) e Kahne e Bowyer (2019) para o efeito. De acordo com Hobbs (2010) literacia midiática compreende:

Um conjunto de competências cognitivas, emocionais e sociais que abrange textos, ferramentas e tecnologias e envolve habilidades de pensamento crítico, a capacidade de compor mensagens e fomentar a criatividade, bem como a promoção da reflexão e da ética (Hobbs, 2010, p.17, citada por Frota *et al.*, 2024, p.142).

Para Alvermann e Hagood (2000); Kahne e Bowyer (2019), citados por Borges *et al.* (2024, p. 9), *media literacy* consiste na capacidade de acessar, criar, comentar e partilhar conteúdos. De acordo com os autores Silveira e Morais (2022), Lopes (2011), Lopes e Moreira

(2022), citados por Torre; Jerónimo e Amaral (2024) a literacia midiática aparece como uma competência que pode ser adquirida a partir da aprendizagem sobre os mídia, permitindo autonomia, clareza e senso crítico, além de ser uma estratégia para o desenvolvimento democrático. Ademais, a Comissão Europeia (2022, citada por Oliveira; Brites e Cerqueira, 2022) entende que a literacia midiática envolve a capacidade de acessar, compreender de forma crítica e engajar com os meios de comunicação. Para a Unesco (2022, citada por Oliveira; Brites e Cerqueira, 2022), o acesso às informações confiáveis e fundamentadas cria oportunidades para que os cidadãos contribuam para o desenvolvimento sustentável de suas comunidades. Neste aspecto, a União Europeia busca confrontar o aumento da desinformação e promover campanhas de conscientização, iniciativas de verificação dos fatos e colaboração com as plataformas digitais. Convém ressaltar que em Portugal foi aprovado pelo parlamento no ano de 2020 a *Carta Portuguesa de Direitos Humanos na Era Digital*, que tem o objetivo de proteger os cidadãos no contexto digital, tendo como base a privacidade, liberdade de expressão, combate à discriminação, segurança *online* e a desinformação (Oliveira *et al.*, 2024).

Um estudo realizado por Oliveira; Brites e Cerqueira (2022), durante a pandemia da Covid-19, por meio de dois grupos focais intergeracionais, com avós e netos portugueses, em outubro de 2020 e dezembro de 2021, teve como um dos objetivos analisar o impacto das informações falsas nas rotinas dos participantes. Foi identificado um aumento no uso dos *smartphones* e, com isso, o uso das mídias sociais. A abordagem intergeracional do estudo serviu para incentivar as práticas da literacia midiática, além de diminuir a divisão digital intergeracional. Entretanto, as autoras sugeriram estudos futuros com a mesma metodologia, mas de forma interseccional, pois perceber como os privilégios impactam o uso das mídias sociais é crucial para elaborar estratégias de literacia midiática (Oliveira; Brites; Cerqueira, 2022). Este tipo de estudo reflete a necessidade da literacia midiática para os vários grupos etários, tendo em vista o aumento do uso das mídias sociais e vulnerabilidade a qual estão expostos idosos e crianças, ainda mais porque o estudo evidenciou que uso dos *smartphones* aumentou com a pandemia e, conseqüentemente, se tornou um novo hábito.

Também no contexto da pandemia da Covid-19, no Brasil, um estudo discutiu as informações falsas e o fenômeno da pós-verdade, analisando o perigo da desinformação e de seu uso como estratégia política. No caso, os autores recorreram ao método cartográfico para acompanhar a disseminação de *memes* em duas plataformas selecionadas (Twitter<sup>1</sup> e Facebook), assim como os comentários em publicações da página oficial do Ministério da Saúde no Facebook em resposta ao pronunciamento do então Ministro Interino da Saúde, Eduardo Pazuello. O estudo faz parte de uma pesquisa que investiga a produção de *memes* como estratégia contra a desinformação. Para os autores, os *memes* e comentários:

revelam diferentes visões de mundo que sensibilizam, nos tocam, porque expressam a polarização política no Brasil em um período marcado por uma profunda crise socioeconômica que vem sendo acentuada pela pandemia da COVID-19 (Teixeira; Couto Junior, 2021, p.134).

A análise evidenciou a existência de grupos que apoiaram Pazuello, enquanto outros utilizaram *memes* que ridicularizaram as declarações proferidas por ele. Para Teixeira e Couto Junior (2021), “os *memes* criados apropriam-se de elementos culturais da vida cotidiana, (re)contando situações de acordo com interesses ou inquietações do/a idealizador/a” (Teixeira; Couto Junior, 2021, p. 135). Ademais, os autores indicaram que no período pandêmico, a atividade virtual foi intensificada devido ao aumento do número de pessoas trabalhando em *home office*, à substituição de encontros físicos entre familiares e amigos por videochamadas e à transição das atividades presenciais de instituições de ensino por atividades virtuais. Na sequência de suas análises, Teixeira e Couto Junior (2021) consideram que a relativização da verdade e a descredibilização das instituições de pesquisa são elementos que contribuem para a criação de realidades paralelas, em que o público acredita naquilo que convém, tal favorece a formação de um ambiente de desinformação, pautado na desconfiança.

A busca pela compreensão de como as plataformas digitais alteram o trabalho dos jornalistas e a distribuição das notícias foi o que incentivou a realização de três grupos focais

---

<sup>1</sup> Atual X.

com editores, jornalistas e consumidores de uma mídia local portuguesa. Os resultados mostram que os profissionais entendem a importância de estar presente em plataformas, mas se preocupam com a incapacidade dos leitores em distinguir o conteúdo criado pelos jornais e outros que se encontram nas mesmas plataformas. Além disso, existe uma pressão em divulgar conteúdos que necessitam de maior verificação devido à concorrência, mas principalmente, pela pressão das audiências. No entanto, os jornalistas dos grupos focais consideram a verificação dos fatos fundamental tendo em conta os problemas que podem ser causados pela desinformação, em razão da rapidez da circulação da informação e a pressão para publicar notícias, o que pode ser responsável por muitos erros (Morais; Jerónimo, 2023).

Uma pesquisa realizada em 2022, que teve 485 (quatrocentos e oitenta e cinco) respostas válidas por meio de um inquérito com jornalistas que trabalham em Portugal, teve como objetivo compreender as percepções e as propostas dos jornalistas sobre a relevância e a eficácia do jornalismo português no combate à desinformação. O resultado consistiu em um dado quantitativo das propostas, sendo — 72% das propostas dos jornalistas referentes a quatro categorias — Qualidade do jornalismo (21,4%); Regulação (18,5%); Ética e Deontologia (17,3%); Literacia Midiática e Educação (15%). Além disso, no inquérito havia uma pergunta aberta que abordava o combate à desinformação, mas nem todos a responderam. Foi realizada uma análise de conteúdo com 167 (cento e sessenta e sete) respostas válidas, onde 51 (cinquenta e uma) participantes mencionaram as causas, 38 (trinta e oito) sugeriram de duas a sete propostas, totalizando 1.736 (mil e setecentos e trinta e seis) propostas para combater a desinformação, entretanto, no artigo foram analisadas 38 (trinta e oito). Através da análise de conteúdo foi possível mensurar as respostas obtidas na pergunta aberta, em que quase 20% das possíveis soluções seriam através da regulação, tanto nas licenças cedidas aos profissionais quanto dos mídia, mesmo já havendo entidades reguladoras, uma para os meios de comunicação, que é autônoma, a Entidade Reguladora para a Comunicação Social e, também, para os profissionais, a Comissão da Carteira Profissional de Jornalista. Os jornalistas evidenciaram a Literacia Midiática e Educação em 15% das propostas, exemplificando iniciativas de

sensibilização da importância do jornalismo na democracia. Uma limitação do estudo, na visão dos autores, foi não ter perguntado o que é desinformação, ou seja, uma definição clara pode impactar as possíveis soluções. O estudo abrange os objetivos e contou com uma amostra considerável, sendo 7% da população, de acordo com o próprio estudo (Torre; Jerónimo; Amaral, 2024). Neste sentido, observa-se que há uma preocupação com o combate à desinformação, mas as possíveis soluções estão mais voltadas à regulação das plataformas.

O papel dos jornalistas também foi tema de um estudo publicado em 2024, relatando três projetos envolvendo os jornais *Público* (Portugal) e *O Estado de S. Paulo* (Brasil), assim como a emissora de televisão *BBC* (Reino Unido). O estudo considerou que o jornalismo profissional ocuparia um papel privilegiado na promoção da literacia midiática, em boa parte graças à sua capacidade de alcançar diversos públicos e de contribuir ativamente nos processos de formação de opinião (Frota *et al.*, 2024). O estudo discutiu três projetos executados em países distintos, sendo em Portugal: *Público na Escola*, no Brasil: *Estadão Verifica*, e no Reino Unido: *iReporter/BBC*. As iniciativas distinguem-se em relação ao seu formato e público-alvo, todavia, coincidem pelo fato de recorrer à prática jornalística na busca pela promoção da literacia midiática. O Projeto *Estadão Verifica* recebe áudios, textos e imagens, enviados por leitores, a fim de comprovar ou desmentir sua veracidade (Frota *et al.*, 2024, p. 145), situando as suas ações na modalidade *fact-checking*, além de promover dicas e orientações sobre como detectar e combater a desinformação. O Projeto *BBC iReporter* compreende um jogo para jovens de 11 a 18 anos, desenvolvido em 2018, através do qual o jogador tem a experiência de imersão no ambiente de redação jornalística, tendo que atuar em uma cobertura fictícia, em formato *hard news* (Frota *et al.*, 2024). Assim, a experiência do jogador é vivenciar na prática o exercício jornalístico, entrando em contato com alguns dilemas e tendo que tomar decisões no contexto da obtenção de informação, realização de entrevistas, recebimento de materiais do público, sejam verdadeiros ou falsos, e nos prazos curtos para a apuração de informações (Frota *et al.*, 2024). Por sua vez, o Projeto *Público na Escola* se desenvolve por meio de visitas a escolas, realização de concursos de jornais escolares, formação de professores e produção de conteúdo

(Frota *et al.*, 2024). Além disso, atualmente, um *website* dedicado ao projeto divulga conteúdos a partir de quatro seções: *Jornais Escolares*, *Aprender com o Público*, *Educação para os Média*, *Põe a tua Escola no Mapa*. De acordo com Frota *et al.* (2024), por meio do projeto Público na Escola, o jornal é utilizado como um potente recurso pedagógico para a formação de jovens e para a promoção da literacia midiática. A relação do jornalista com seu público manifestou-se de forma explícita nos três projetos, buscando-se estabelecer estratégias de valorização do papel do jornalismo, seja pela confiança na expertise do jornalista (Estadão Verifica), seja pelo conhecimento técnico do fazer jornalístico (iReporter e Público na Escola).

O objetivo de um estudo realizado em 2024 foi mapear os projetos desenvolvidos em Portugal para combater a desinformação, oferecendo uma visão panorâmica com base em uma estrutura teórica ainda não consolidada. O artigo é voltado para o contexto português, entretanto é um recorte de uma pesquisa que tem como objetos de estudo a Alemanha e Portugal. A abordagem exploratória indutiva e análise de conteúdo dos *websites* das iniciativas resultaram em um mapeamento com o período de 13 anos, a partir de 2010, mas com ênfase nos últimos seis anos, tendo-se analisado o público-alvo, a duração e o impacto. Foi identificada uma redução de iniciativas para grupos etários mais velhos em comparação aos mais jovens. Além disso, os objetivos alinhados aos projetos estão de acordo com as diretrizes e estratégias europeias (Oliveira *et al.*, 2024).

O primeiro projeto identificado é o Público na Escola, o único de longo prazo, iniciado em 1989, em que a intenção do jornal nacional *Público* é promover a literacia midiática no contexto educacional, cujo público-alvo são crianças, de várias faixas etárias, e professores. O propósito é equipar os professores com estratégias e novas ferramentas para abordar a literacia midiática, desenvolvendo autoexpressão para decodificarem a linguagem empregada pela imprensa de modo a fomentar o pensamento crítico, além de promover a criação de jornais escolares. A iniciativa chamada Polígrafo, em atividade desde 2018, realiza análises diárias das informações de várias entidades, utilizando uma escala com sete níveis para avaliar a veracidade das informações, tendo como referência internacional a Agência Lupa (Brasil) e a Maldita.es

(Espanha). O Cidadão Ciberinformado é um projeto iniciado em 2020, que consiste em um curso *online* autônomo oferecido pelo Centro Nacional de Cibersegurança, que aborda a temática da desinformação, fornecendo orientação para as pessoas, independentemente da idade.

Os pesquisadores identificaram também ações realizadas no campo da Educação, que são voltadas à produção de materiais educativos e de jogos manuais: o projeto Tiras BD SeguraNet criou quadrinhos com uma linguagem visual voltada ao público jovem, com a finalidade de promover a cidadania digital e a literacia midiática nas escolas. A Academia Meia Veritas, realizada entre 2019 e 2022, teve como público-alvo pessoas idosas moradoras do município de Vila Nova de Gaia, em Portugal, e teve uma abordagem referente à manipulação jornalística e à desinformação por meio de treinamentos e *workshops*. O projeto Vozes de Gaia, voltado a pessoas com 55 anos ou mais, consistiu em imitar o ambiente dinâmico de uma redação e equipe editorial, com o objetivo de promover a literacia midiática para esse público. O MediaTrustLab teve como foco identificar e analisar práticas de verificação dos fatos pelos jornais locais, além de fornecer treinamentos. A iniciativa SMaRT\_EU disponibilizou materiais cocriados e um repositório com materiais sobre três temas: literacia midiática, engajamento cívico *online* e resiliência à desinformação e *fake news*. Esta breve descrição das ações no combate à desinformação, embora com iniciativas de curta duração, demonstra que a população portuguesa tem se preocupado em acompanhar as mudanças vindas com a era digital, alinhada à tradição das atividades escolares com foco em mídia, assim como treinamentos, atividades de cocriação e *workshops* (Oliveira *et al.*, 2024). As iniciativas de verificação dos fatos são refletidas nos projetos como fundamentais, e há preocupação dos jornalistas com a veracidade dos fatos que chegam à população.

No contexto das eleições brasileiras de 2022, um estudo publicado em 2023 teve como foco o ativismo dos *fandoms*, mais precisamente, a Campanha #Fandoms-PeloVoto realizada em maio de 2022. O objetivo foi analisar as competências de literacia midiática propostas por Mihailidis (2014) ativas nos conteúdos compartilhados pelos fãs no X durante a campanha #FandomsPeloVoto. De acordo com Borges *et al.* (2023, p. 6), “a campanha reuniu mais de 100

*fandoms* da cultura *pop* no Brasil para incentivar pessoas de 16 a 18 anos a participarem das eleições presidenciais daquele ano<sup>2</sup>” (Borges *et al.*, 2023, p. 6). São cinco as competências de literacia midiática propostas por Mihailidis (2014, citado por Borges *et al.*, 2023)<sup>3</sup>: 1) curadoria, que diz respeito à capacidade de organizar conteúdo multimédia; 2) criação, ligada à capacidade de produzir, remixar e partilhar conteúdos em plataformas *online*; 3) compreensão crítica, que refere à capacidade de analisar e compreender criticamente os conteúdos *online*; 4) participação, que compreende a capacidade de comentar, editar e divulgar publicações em plataformas; e 5) colaboração, que é a capacidade de produzir conteúdos de forma colaborativa. Neste estudo, a amostra foi composta por 14.249 (quatorze mil e duzentos e quarenta e nove) *tweets* publicados em 2 de maio por perfis que participaram ativamente da campanha #FandomsPeloVoto. As autoras utilizaram a abordagem de monitoramento, extração e codificação de dados desenvolvida pelo Observatório da Qualidade no Audiovisual, tendo-se em um primeiro momento definido as contas e o período de monitoramento, totalizando 110 (cento e dez) contas, num segundo momento, extraiu-se os *tweets* compartilhados, um total de 14.249 (quatorze mil e duzentos e quarenta e nove), por fim, efetuou-se a codificação dos *tweets* com base nas competências de literacia midiática propostas por Mihailidis (2014). Por exemplo, os aspectos relacionados com a *curadoria*, foram observados nos tutoriais publicados, “as imagens incluíam instruções passo a passo para a solicitação do título de eleitor de forma didática<sup>4</sup>” (Borges *et al.*, 2023, p. 16). Relativamente à “criação”, Borges *et al.* (2023) consideraram que “a própria criação da campanha #FandomsPeloVoto ativa habilidades críticas e criativas na produção de conteúdo para diferentes plataformas<sup>5</sup>” (Borges *et al.*, 2023, p. 18).

Sobre a *compreensão crítica*, as autoras consideraram que ao adotar algumas características da arquitetura informacional do X, os *fandoms* demonstram uma compreensão dos aspectos relacionados à materialidade da mídia social, indo além da produção de conteúdo

---

<sup>2</sup> Tradução própria.

<sup>3</sup> Tradução própria.

<sup>4</sup> Tradução própria.

<sup>5</sup> Tradução própria.

e estratégias de engajamento (Borges *et al.*, 2023). No contexto da participação, Borges *et al.* (2023) observaram que a conversa pública variou desde mensagens de apoio aos usuários que solicitaram o título de eleitor a dicas sobre como contornar *bugs* no portal do Tribunal Superior Eleitoral. Sobre a colaboração, as autoras notaram que os *fandoms* adotaram ações colaborativas para engajar mais usuários, retuitando conteúdo de outros *fandoms*. A colaboração também foi observada em estratégias de engajamento que incentivavam a publicação de *tweets* com a mesma indexação (geral ou específica), resultando no posicionamento das *hashtags* nos *Trending Topics* do Brasil, durante a campanha.

Com base nos estudos apresentados, percebemos que a preocupação quanto às consequências da desinformação é comum aos estudos científicos realizados nos últimos cinco anos em ambos os países. A literatura analisada descreve o investimento em ações de literacia midiática, sobretudo, dirigidas para profissionais e para o público jovem em idade escolar. Alguns dos artigos selecionados na filtragem não abordam diretamente a conceituação dos termos, pois apresentam foco nas ações e percepções do público ou profissional, entretanto, como contextualizam com outras autorias, nota-se semelhanças no que entendem por desinformação e literacia midiática. Também não se aprofundam nas dificuldades para sua implementação, nem exploram as especificidades dos desafios sociais vivenciados por cada país, embora destaquem problemáticas comuns, como desigualdades sociais, econômicas e culturais.

### Considerações Finais

Os artigos analisados abordam as dimensões teóricas e práticas da literacia midiática, focando na formação crítica e no combate à desinformação. As iniciativas que têm vindo a ser implementadas, tal como descrito na revisão de literatura, são diversas: alfabetismo visual, *memes*, jogos, *workshops*, promoção de políticas públicas, atuação de jornalistas e formação continuada. Junto a isso, há o reconhecimento da contribuição da verificação de fatos e da regulação de plataformas para a promoção de um ecossistema midiático mais alinhado ao bem-estar social. Os resultados demonstram que, apesar dos desafios sociais existentes, a postura

crítica é fundamental para que as pessoas interpretem os acontecimentos com base em fatos, se tornem mais resistentes a manipulações que favorecem interesses ilegítimos, e subvertam lógicas comerciais e políticas impostas.

Admitimos que a escassa produção científica, a seguir a aplicação dos critérios estabelecidos e considerando a relevância do tema, pode configurar uma limitação do trabalho. No que diz respeito às recomendações, referimos que o estudo pode ser alargado incluindo outras bases de dados e metodologias. Não obstante, este artigo contribui com o debate sobre o protagonismo da literacia midiática no enfrentamento à desinformação, buscando promover espaços mais democráticos e éticos.

### Referências

BORGES, G.; SIGILIANO, D.; LIMA, C. A. R.. #FandomsPeloVoto: ativismo de los fans para la participación de los votantes jóvenes en las elecciones brasileñas de 2022. *Palavra Clave*, [S. l.], v. 26, n. 4, p. e2644, 2024. DOI: 10.5294/pacla.2023.26.4.4. Disponível em: <https://palavraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/21879>. Acesso em: 8 dez. 2024.

BRASIL. Projeto de Lei nº 2630, de 2020. Institui a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet. Disponível em: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/141944>. Acesso em: 8 dez. 2024.

BRUM, A. R.; SCHMIDT, S. P.; SANTOS, V. B. Alfabetização Midiática-Visual: um Direito Humano na Escola. *Educação em Revista*, Belo Horizonte, v. 39, p. e41688, 2024. DOI: <https://doi.org/10.1590/0102-469841688>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/edur/a/3b4QGRb5GWTmzTVYKvVVdGz/?lang=pt>. Acesso em: 8 dez. 2024.

BUTLER, J. *Discurso de ódio: uma política do performativo*. São Paulo: Editora Unesp, 2021.

CALIXTO, D.; LUZ-CARVALHO, T. G.; CITELLI, A. David Buckingham: a Educação Midiática não deve apenas lidar com o mundo digital, mas sim exigir algo diferente. *Comunicação & Educação*, São Paulo, v. 25, n. 2, p. 127-137, 2020. DOI: 10.11606/issn.2316-9125.v25i2p127-137. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/182270>. Acesso em: 15 dez. 2024.

D'ANCONA, M. *Pós-verdade: a nova guerra contra os fatos em tempos de fake news*. Barueri: Faro Editorial, 2018.

ELSNER, M.; ATKINSON, G.; ZAHIDI, S. *The global risks report 2025: Insight Report*. 20 ed. Genebra: World Economic Forum, 2025. Disponível em:

[https://reports.weforum.org/docs/WEF\\_Global\\_Risks\\_Report\\_2025.pdf](https://reports.weforum.org/docs/WEF_Global_Risks_Report_2025.pdf). Acesso em: 20 jan. 2025.

FARNESE, P. Comunicação Organizacional em Universidades Públicas: os desafios de comunicar a ciência na sociedade midiaticizada. *Journal of Science Communication – América Latina*, [S. l.], v. 6, n. 1, 2023. DOI: <https://doi.org/10.22323/3.06010206>. Disponível em:

<https://jcomal.sissa.it/article/1242/galley/2585/download/>. Acesso em: 8 dez. 2024.

FERNANDES, P.; MATOS, A. P. da M.; FESTAS, I. Methodology for the evaluation of media literacy in children and youth. Recommendations and trends. *Profesional de la información*, [S. l.], v. 31, n. 6, 2022. DOI: 10.3145/epi.2022.nov.16. Disponível em:

<https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/87078>. Acesso em: 8 dez 2024.

FERRAREZI, R. A. *Desinformação: impactos das fake news na democracia brasileira* (Dissertação de mestrado profissional; Inovação na Gestão e Produção da Comunicação de Interesse Público). Universidade Municipal de São Caetano do Sul, São Caetano do Sul: 2023. Disponível em:

[https://sucupira-legado.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/trabalhoConclusao/viewTrabalhoConclusao.jsf?popup=true&id\\_trabalho=13741461](https://sucupira-legado.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/trabalhoConclusao/viewTrabalhoConclusao.jsf?popup=true&id_trabalho=13741461). Acesso em: 8 dez 2024.

FROTA, S.; CORTÉS, L.; MELO, A. Literacy for everyone: the privileged role of journalism in promoting media literacy. *Observatorio (OBS\*)*, [S. l.], v. 18, n. 5, 2024. DOI: 10.15847/obsOBS18520242443.

Disponível em: <https://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/view/2443>. Acesso em: 8 dez. 2024.

GUAZINA, L. S. Alfabetização midiática e informacional no combate à desinformação e à violência nas escolas: uma proposta de agenda. *Comunicação & Educação*, São Paulo, v. 28, n. 2, p. 20-32, 2023. DOI: 10.11606/issn.2316-9125.v28i2p20-32. Disponível em:

<https://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/214328>. Acesso em: 8 dez. 2024.

HAN, B. -C. *Infocracia: Digitalização e a crise da democracia*. Petrópolis: Editora Vozes; 2022. *E-book*.

LELO, T. V.; CAMINHAS, L. Desinformação sobre gênero e sexualidade e as disputas pelos limites da moralidade. *MATRIZES*, São Paulo, v. 15, n. 2, p. 179-203, 2021. DOI:

<https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v15i2p179-203>. Disponível em:

<https://www.revistas.usp.br/matrizzes/article/view/179801>. Acesso em: 15 dez. 2024.

LEWANDOWSKY, S. Climate change, disinformation, and how to combat it. *Annual Review of Public Health*, [S. l.], v. 42, n. 23, 1-23, 2020. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3693773>. Disponível em:

[https://papers.ssrn.com/sol3/Delivery.cfm/SSRN\\_ID3693773\\_code2233577.pdf?abstractid=3693773&mirid=1](https://papers.ssrn.com/sol3/Delivery.cfm/SSRN_ID3693773_code2233577.pdf?abstractid=3693773&mirid=1). Acesso em: 15 dez. 2024.

LEWANDOWSKY, S.; COOK, J. (2020). *O Manual das Teorias da Conspiração*. [S. l.]: [S. n.], 2020. Disponível em: <https://sks.to/conspiracy-pt>. Acesso em: 15 dez. 2024.

LOPES, E. L. P. Regulação é censura? Igual liberdade de expressão e democracia na Constituição de 1988. *Dados*, Rio de Janeiro, v. 66, n. 3, p. e20190061, 2023. DOI: <https://doi.org/10.1590/dados.2023.66.3.298>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/dados/a/cmy6tSKQZNjbCqWDBxHKFLz/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 10 jan. 2025.

MARQUES, I. O. Influência e efeitos cognitivos das fake news: Persuasão e confirmação. *Anais de Resumos Expandidos - IV Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Comunicação*, [S. l.], v. 1, n. 4, 2020. Disponível em: <https://midiaticom.org/anais/index.php/seminario-midiatizacao-resumos/article/download/1173/1057>. Acesso em: 10 jan. 2025.

MARQUETTO, C. R. *Alfabetização midiática e jornalismo: práticas jornalísticas na escola para o desenvolvimento do pensamento crítico no combate à desinformação*. (Tese de doutorado). Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo: 2021. Disponível em: <https://repositorio.jesuita.org.br/bitstream/handle/UNISINOS/9711/Cristine%20Rahmeier%20Marquetto.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 10 jan. 2025

MARTINS, A. Extrema-direita é principal alçôz das fake news contra indígenas. *Observatório da Imprensa*. [online], 2024. Disponível em: <https://www.observatoriodaimprensa.com.br/midi/extrema-direita-e-principal-algoz-das-fake-news-contraindigenas/>. Acesso em: 15 dez. 2024.

MEDEIROS, P.; SALLES, D.; MAGALHÃES, T.; MELO, B.; SANTINI, R. M. Greenwashing e Desinformação: A Publicidade Tóxica do Agronegócio Brasileiro nas Redes. *Comunicação e Sociedade*, [S. l.], v. 45, p. e024008, 2024. DOI: 10.17231/comsoc.45(2024).5417. Disponível em: <https://revistacomsoc.pt/index.php/revistacomsoc/article/view/5417>. Acesso em: 10 jan. 2025.

MELLO, P. C. *A Máquina do Ódio - Jornalismo, Fake News, Violência Digital*. Lisboa: Quetzal, 2021.

MONARI, A. C.; SACRAMENTO, I. A “vacina chinesa de João Dória”: A influência da disputa política-ideológica na desinformação sobre a vacinação contra a Covid-19. *Revista Mídia e Cotidiano*, [S. l.], v. 15, n. 3, p. 125-143, 2021. DOI: <http://dx.doi.org/10.22409/rmc.v15i3>. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/354960127>. Acesso em: 10 dez. 2024.

MORAIS, R.; JERÓNIMO, P. "Platformization of news," authorship, and unverified content: Perceptions around local media. *Social Sciences*, [S. l.], v. 12, n. 4, 200, 2023. DOI: <https://doi.org/10.3390/socsci12040200>. Disponível em: <https://www.mdpi.com/2076-0760/12/4/200>. Acesso em: 8 dez. 2024.

MOROZOV, E. *Big Tech: a ascensão dos dados e a morte da política*. São Paulo: Ubu Editora; 2018. *E-book*.

OLIVA, G.; OLIVEN, R.; LENT, R.; ALMEIDA, V.; OLIVEIRA, T. (coords.). *Desinformação e estratégias contra a desinformação científica*. Rio de Janeiro: Academia Brasileira de Ciências (ABC), 2024. <https://www.abc.org.br/wp-content/uploads/2024/06/Livro- -Desinformacao-Cientifica- -ABC-Junho2024.pdf>. Acesso em: 10 dez. 2024.

OLIVEIRA, A. F. P. (2022). *Criação de narrativas digitais e literacia mediática: investigação-ação com alunos do ensino secundário*. (Dissertação de mestrado; Tecnologia, Cultura e Sociedade). Universidade do Minho, Braga: 2022. Disponível em: <https://hdl.handle.net/1822/77406>. Acesso em: 5 jan. 2025.

OLIVEIRA, A. F.; BRITES, M. J.; CERQUEIRA, C. Intergenerational perspectives on media and fake news during Covid-19: Results from online intergenerational focus groups. *Media and Communication*, [S. l.], v. 10, n. 4, p. 277–288, 2022. DOI: <https://doi.org/10.17645/mac.v10i4.5712>. Disponível em: <https://www.cogitatiopress.com/mediaandcommunication/article/view/5712/2999>. Acesso em: 20 dez. 2024.

OLIVEIRA, A. F.; MANETA, M.; BRITES, M. J.; RIBEIRO-RODRIGUES, V. How is Portugal addressing disinformation? Results of a mapping of initiatives (2010-2023). *Observatorio (OBS\*)*, [S. l.], v. 18, n. 5, 2024. DOI: 10.15847/obsOBS18520242444. Disponível em: <https://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/view/2444>. Acesso em: 2 fev. 2025.

OLIVEIRA, T. M. de. Como enfrentar a desinformação científica? Desafios sociais, políticos e jurídicos intensificados no contexto da pandemia. *Liinc em Revista*, [S. l.], v. 16, n. 2, p. e5374. DOI: <https://doi.org/10.18617/liinc.v16i2.5374>. Disponível em: <https://revista.ibict.br/liinc/article/view/5374>. Acesso em: 10 dez. 2024.

ORGANIZAÇÃO das Nações Unidas. *Princípios globais das Nações Unidas para a integridade da informação: recomendações para ação de múltiplas partes interessadas*. [S. l.]: Nações Unidas, 2024. Disponível em: [https://brasil.un.org/sites/default/files/2024-07/ONU\\_PrincipiosGlobais\\_IntegridadeDaInformacao\\_20240624.pdf](https://brasil.un.org/sites/default/files/2024-07/ONU_PrincipiosGlobais_IntegridadeDaInformacao_20240624.pdf). Acesso em: 18 dez. 2024.

ORGANIZAÇÃO Pan-Americana da Saúde. *COVID-19: Guia de recursos e informações*. [S. l.]: [S. n.], 2020. Disponível em: [https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/52054/Factsheet-Infodemic\\_por.pdf](https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/52054/Factsheet-Infodemic_por.pdf). Acesso em: 14 fev. 2025.

OXFORD. Pós-verdade: a palavra do ano. *OxfordLanguages* [online], 2016. Disponível em: <https://languages.oup.com/word-of-the-year/2016/>. Acesso em: 13 dez. 2024.

PEREIRA, C.; FAGUNDES, E. Lei de cotas: Estudos derrubam mitos sobre desempenho de alunos cotistas no Brasil. *Lupa* [online], 2023. Disponível em: <https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2023/11/20/lei-de-cotas-estudos-derrubam-mitos-sobre-desempenho-de-alunos-cotistas-no-brasil/>. Acesso em: 5 dez. 2024.

PETRELLA, S. *Literacia mediática e comunicação intergeracional: Estudo das trocas e partilhas no 'encontro' entre gerações distantes* (Dissertação de Mestrado; Educação para os Media). Universidade do Minho, Braga: 2020. Disponível em: <https://hdl.handle.net/1822/76141>. Acesso em: 8 jan. 2025.

RAMOS, S.; MOREIRA, J. A. Tecnologias digitais associadas a práxis socioculturais: análise de práticas educativas no Brasil e em Portugal. *EccoS – Revista Científica, [S. l.]*, n. 65, p. e24647, 2023. DOI: 10.5585/eccos.n65.24647. Disponível em: <https://periodicos.uninove.br/eccos/article/view/24647>. Acesso em: 5 dez. 2024.

REATO, F. *Fake news: compreensão e análise da comunicação no mundo da desinformação*. (Dissertação de Mestrado; Tradução e Comunicação Multilíngue). Universidade do Minho, Braga: 2021. Disponível em: <https://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/77096>. Acesso em: 8 jan. 2025.

RÊGO, A. R. Vigilância, controle e atenção: a desinformação como estratégia. *Organicom, [S. l.]*, v. 17, n. 34, p. 82-92, 2020. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/180753/168685>. Acesso em: 5 dez. 2024.

SANTAELLA, L. *A pós-verdade é verdadeira ou falsa?* São Paulo: Editora Estação das Letras e Cores, 2018.

SOUZA, M. T. de; SILVA, M. D. da; CARVALHO, R. de. Integrative review: what is it? How to do it? *Einstein*, São Paulo, v. 8, n. 1, p. 102-106, 2010. Disponível em: <https://dx.doi.org/10.1590/S1679-45082010RW1134>. Acesso em: 14 fev. 2025.

SINGH, J.; KERR, P.; HAMBURGER, E. (eds.). *Media and information literacy: reinforcing human rights, countering radicalization and extremism*. Paris: Unesco, 2016. Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000246371>. Acesso em: 18 jan. 2025.

TEIXEIRA, M. M.; COUTO JUNIOR, D. R. Na pandemia brasileira, tá tendo boneco de neve no Norte e Nordeste do país! Pós-verdade em debate. *Revista Práxis, [S. l.]*, v. 2, p. 128-146, 2021. DOI: 10.25112/rpr.v2i0.2554. Disponível em: <https://periodicos.feevale.br/seer/index.php/revistapraxis/article/view/2554>. Acesso em: 10 dez. 2024.

TORRE, L.; JERÓNIMO, P.; AMARAL, I. Disinformation, media literacy and journalism: proposals from journalists in Portugal. *Observatorio (OBS\*)*, [S. l.], v. 18, n. 5, 2024. DOI: 10.15847/obsOBS18520242438. Disponível em: <https://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/view/2438>. Acesso em: 8 dez. 2024.

UNIÃO Europeia. Lei de Serviços Digitais (DSA). Disponível em: [https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/digital-services-act\\_en](https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/digital-services-act_en). Acesso em: 8 dez. 2024.

WARDLE, C. Fake news. It's complicated. *First Draft*. [online], 2017. Disponível em: <https://firstdraftnews.org/articles/fake-news-complicated/>. Acesso em: 13 jan. 2025.

ZUBOFF, S. Big Other: capitalismo de vigilância e perspectivas para uma civilização de informação. In: F. BRUNO; B. CARDOSO; M. KANASHIRO; L. GUILHON; L. MELGAÇO (orgs.), *Tecnopolíticas da vigilância: perspectivas da margem*. 1 reimp. Rio de Janeiro: Ford Foundation; Boitempo, 2019. p. 17-68.

---

**Ana Daniele Maciel** - Universidade do Minho – UMinho

Doutoranda em Ciências da Comunicação pela Universidade do Minho. Graduada em Biblioteconomia, (UFC). Investigadora do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho. Email: [anads.maciel@gmail.com](mailto:anads.maciel@gmail.com)

**Sara Balonas** - Universidade do Minho – UMinho

Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade do Minho. Docente e autora de artigos, livros e outras publicações. Investigadora integrada no Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade. Coordenadora do Createlab — Laboratório de Experimentação e Inovação. Fundadora da B+ Comunicação e Be True, programa de responsabilidade social. Email: [sarabalonas@ics.uminho.pt](mailto:sarabalonas@ics.uminho.pt)

**Aline Moreno** - Universidade do Minho – UMinho

Doutoranda em Ciências da Comunicação, Universidade do Minho. Mestra em Marketing e Comunicação, Instituto Politécnico de Coimbra (IPC). Graduada em Comunicação Social, Faculdade Integradas de Bauru (FIB). Investigadora do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade na Universidade do Minho. Email: [line.moreno@hotmail.com](mailto:line.moreno@hotmail.com)

**Carolina Toscano** - Universidade do Minho – UMinho

Doutoranda em Ciências da Comunicação, Universidade do Minho. Mestra em Estudos da Mídia, Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Graduada em Comunicação Social, Universidade Estadual da Paraíba (UEPB). Atualmente, é investigadora do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade na Universidade do Minho. E-mail: [caroltmaia@gmail.com](mailto:caroltmaia@gmail.com)