



NIP-COM

**Núcleo de Investigação em Práticas
e Competências Mediáticas**
Universidade Autónoma de Lisboa

DESINFORMAÇÃO EM CONTEXTO NACIONAL E EUROPEU

CARLOS PEDRO DIAS

Doutorando em Media e Sociedade no Contexto
da Comunidade dos Países de Língua Portuguesa
Universidade Autónoma de Lisboa

Setembro de 2021



**WP
02**

RESUMO

O que é a desinformação? Que efeitos causa na sociedade e nas relações entre os países? Como se combate um fenómeno desta dimensão? Pode a democracia sobreviver a campanhas massivas de desinformação que procuram manipular o sistema? Como reage a Europa a esta situação? O objetivo deste trabalho é o de realizar um estudo exploratório sobre a desinformação, recorrendo sobretudo a pesquisa bibliográfica e documental. Um estudo focado numa perspetiva europeia, mas em que é impossível não olhar a realidade de outros países e continentes onde este fenómeno se tem feito sentir de forma ainda mais evidente. O exemplo dos Estados Unidos da América não pode ser ignorado. Pela dimensão e evidência da desinformação neste país, mas também pela investigação científica que tem vindo a ser desenvolvida.

PALAVRAS-CHAVE: Desinformação, jornalismo, literacia

“The threat is disinformation, not fake news”.

(EU, 2018, p. 10)

“Believe Nothing You Hear, and Only One Half That You See”¹

(Edgar Allan Poe, 1845)

INTRODUÇÃO

Produzir um trabalho académico sobre desinformação não podia ser mais atual. Se pensarmos, por exemplo, nos acontecimentos registados recentemente nos Estados Unidos da América² e que culminaram com a invasão do Capitólio, é fácil perceber o perigo da desinformação ou pelo menos da informação manipulada.

O que é desinformação? Como se combate? De que forma se conseguem fortalecer competências de literacia mediática e digital que permitam ajudar os cidadãos a identificar conteúdos falsos ou tendenciosos? Conteúdos que, cada vez mais, procuram manipular a vida pública dos países e também as relações entre estes, erodindo os sistemas democráticos e criando uma forte instabilidade social. A sociedade de informação terá encontrado o seu maior problema desde que surgiu? E o papel do jornalista será o de “validar a informação”, agora que já não pode ser um *gatekeeper*³? E o que acontece quando os media tradicionais passam a utilizar de forma abundante conteúdos produzidos pelos espectadores e as redes sociais se tornam fontes para os jornalistas? Numa época em que os media tradicionais já nem sequer conseguem controlar a utilização deste tipo de conteúdos UGC⁴ que, nomeadamente através das redes sociais, chegam a milhões de pessoas em todo o mundo (Mezaris, Nixon, Papadopoulos, & Teyssou, 2019, p. 4), uma sociedade em que o digital se tornou uma forma de arquitetura social e, por isso mesmo, parece ter “a capacidade de transformar maneiras de ser, incluindo processos de conhecimento, tomadas de decisão, etc.” (Noortje, 2017, p. 25). Enquanto procuramos a

¹ A frase terá sido originalmente utilizada por Edgar Allan Poe, no conto *The System of Dr. Tarr and Prof. Fether*, publicado em 1845.

² Invasão do Capitólio, em Washington DC, no dia 6 de janeiro de 2021.

³ Optou-se por manter o termo em inglês para o conceito introduzido por Kurt Levin em 1947 na obra *Channels of Group Life* e aplicado à investigação jornalística, em 1950, por D. M. White no artigo intitulado *“The “Gatekeeper”: a Case Study in the Selection of News”*.

⁴ UGC: User Generated Content. Conteúdos produzidos pelos utilizadores/espectadores/consumidores.

resposta às inúmeras questões levantadas pela desinformação, podemos desde já ter uma certeza: a comunicação em larga escala sofreu uma profunda transformação tecnológica e organizacional (Castells, 2015, p. 248).

CARATERIZAÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO

Começamos por definir o nosso objeto de estudo: o que é “desinformação”? Uma simples consulta a um dicionário⁵ permite encontrar uma primeira definição. Assim podemos, de uma forma genérica, dizer que:

Desinformação é:

- “1. Acto ou efeito de desinformar, de suprimir uma informação, de minimizar a sua importância ou de modificar o seu sentido (ex.: técnicas de desinformação).
2. Informação contrária à verdade, capaz de confundir ou de induzir em erro (ex.: o caso gerou muita desinformação e sensacionalismo nos meios de comunicação).”

Embora não concordemos com o mesmo, utilizaremos neste estudo o termo, também muito generalizado, de *fake news*. Uma discordância baseada na certeza de que as notícias não podem, por definição, ser “falsas” ou não seriam notícias (ERC, 2019, p. 5). E porque “notícia” significa “informação que pode ser verificada em nome do interesse público⁶” (UNESCO, 2018, p. 7). No entanto o termo *fake news* generalizou-se mundialmente e não pode ignorar-se em toda a literatura sobre desinformação. Mesmo em França, em que se tentou adotar uma outra designação⁷, o esforço não teve grande sucesso (Huyghe, 2021, p. 6). Registe-se que as *fake news* já existiam muito antes da Internet (Hendricks & Vestergaard, 2019, p. 63).

Voltemos à definição de desinformação que é fundamental para que se possa analisar o problema de forma estruturada. A União Europeia, reconhecendo a importância deste tema, criou um “Código de Conduta sobre a Desinformação” que a define como:

“Informação comprovadamente falsa ou enganadora que, cumulativamente:

- (a) é criada, apresentada e divulgada para obter vantagens económicas ou para enganar deliberadamente o público;

⁵ “Desinformação”, em Dicionário Priberam da Língua Portuguesa, 2008-2021, disponível em: <https://dicionario.priberam.org/desinforma%C3%A7%C3%A3o>

⁶ Tradução própria. No original: “news” means verifiable information in the public interest”.

⁷ Referimo-nos ao termo “*infox*” que é utilizado nos documentos legais em França.

(b) é suscetível de causar um prejuízo público, entendido como ameaças aos processos políticos democráticos e aos processos de elaboração de políticas, bem como a bens públicos, tais como a proteção da saúde dos cidadãos da EU, o ambiente ou a segurança” (UE, 2018, p. 1).

Quanto às chamadas *fake news* aceitemos que são uma tentativa de “simular jornalismo e a sua busca pela verdade” com “objetivos completamente diferentes” (Hendricks & Vestergaard, 2019, p. 63). Atente-se ainda numa outra definição de *fake news*: “Notícias que transmitem ou contêm informação falsa, fabricada, ou deliberadamente enganadora ou que é caracterizada como ou acusada de tal.” (Dalkir & Katz, 2020, p. 17)

Mas as tentativas de fixar uma definição de desinformação nem sequer são recentes. Volkoff, em 2000, apontava a seguinte definição: “A desinformação é uma manipulação da opinião pública para fins políticos através da informação trabalhada por processos ocultos.” (Volkoff, 2000, p. 31). Curiosamente toda a abordagem deste autor partia da propaganda psicológica utilizada pelos militares e considerava a desinformação como uma “arma de guerra” (Volkoff, 2000, p. 17). Uma abordagem explicável à luz do contexto que se vivia então. E que não mudou assim tanto, uma vez que a desinformação pode, ainda hoje, ter um grande impacto sobretudo nas economias de muitos países, sejam economias desenvolvidas ou emergentes (Hendricks & Vestergaard, 2019, p. 16). Ou nas relações diplomáticas entre Estados. Onde os conflitos provocam, por norma, crises de grandes dimensões, como veremos mais adiante.

Altura para separarmos dois conceitos diferentes que são por vezes confundidos: referimo-nos a *misinformation* e *disinformation*. Traduzindo: “informação errada⁸” e “desinformação”. O primeiro conceito refere-se a “informação incorreta ou inexata” (Susma-Peña, Druckman, & Oduro, 2020, p. 4) e o segundo a “informação falsa e criada para causar mal” (*idem*, p.4). Alguns autores preferem o termo *misinformation* uma vez que nem sempre é possível conhecer as reais intenções de quem produz ou divulga este tipo de conteúdo. Registe-se ainda que esta tentativa de clarificação de conceitos apresenta algumas fragilidades, uma vez que, em muitos casos, aquilo que se encontra é uma mistura de elementos verdadeiros e elementos falsos.

Nesta fase de definição de conceitos impõe-se uma outra distinção importante entre “desinformação” e “propaganda”. Propaganda é feita com a ideia de persuadir as pessoas acerca de uma determinada ideia ou ponto de vista enquanto a desinformação tem sempre

⁸ Também é frequente ser traduzido como “má informação”.

como objetivo criar dano (Susma-Peña, Druckman, & Oduro, 2020, p. 5). Fixemos então, para clarificar conceitos, o seguinte conceito de propaganda: “Comunicação desenhada para manipular uma população específica através da alteração das suas convicções, atitudes ou preferências de forma a obter um comportamento de acordo com os objetivos políticos do propagandista.” (Benkler, Faris, & Roberts, 2018, p. 29).

Se substituirmos “políticos” por outra palavra à escolha (económicos, estratégicos, etc.) o significado não sofre grande alteração. Estamos, ainda assim, muito longe da primeira referência⁹ encontrada para o termo *propaganda*...

Mas encontramos, na literatura publicada, mais definições de desinformação. A UNESCO, por exemplo, refere-se a “[...] tentativas deliberadas (frequentemente orquestradas) de confundir ou manipular pessoas através da distribuição de informação desonesta¹⁰” (UNESCO, 2018, p. 7). Ou ainda: “falsa informação deliberada, especialmente quando produzida por um governo ou um seu agente, fornecida a uma potência estrangeira ou aos media, com a intenção de influenciar as políticas ou as opiniões de quem recebe a informação” (Dalkir & Katz, 2020, p. 17).

Mas para compreendermos o fenómeno da desinformação é preciso olhar para um quadro mais geral. Com fatores como o mercado, os comportamentos dos consumidores e/ou produtores de informação, a dispersão de atenção, as alterações do sistema dos media, entre outros.

Numa época em que a capacidade de atenção se tornou um bem escasso (Hendricks & Vestergaard, 2019, p. 4) a seleção de informação e a disponibilização de tempo para a mesma tornam-se assim objeto de estudo a considerar na análise da desinformação. Sem esquecer que a desinformação e a mentira são claramente mais “atrativas”, em termos de cliques, do que informação política e “verdades” (Bennet & Livingston, 2021, p. 167).

O crescimento exponencial da utilização das redes sociais levou também ao aparecimento de um vasto campo de difusão de desinformação. As *fake news* dependem da partilha nas redes sociais para sobreviverem (Ball, 2017, p. 109).

A abundância de informação cria também problemas não antecipados: alguns autores usam o termo *infobesity* (a mistura de *information* e *obesity*) para caracterizar pessoas que consomem uma quantidade tão grande de informação que “acaba por ter um efeito negativo no seu bem-estar e capacidade de concentração.” (Perdew, 2017, p. 11).

⁹ A primeira referência à palavra “propaganda” é de 1622 (“*congregatio de propaganda fide*”).

¹⁰ Tradução própria. No original: “[...] *disinformation is generally used to refer to deliberate (often orchestrated) attempts to confuse or manipulate people through delivering dishonest information to them.*”

Um outro aspeto assume um peso preponderante no estudo da desinformação. O mercado dos media registou uma importante alteração do papel do consumidor: graças, sobretudo, às alterações tecnológicas e à digitalização, os consumidores tornaram-se também produtores de informação (Hendricks & Vestergaard, 2019, p. 28), dando agora aos consumidores um “papel preponderante na definição da relevância dos conteúdos produzidos por si, mas também pela própria indústria mediática.” (Figueiras, 2017, p. 47). E os próprios órgãos de comunicação social alteraram as suas rotinas de produção de notícias de forma a incorporar tópicos e histórias virais nos seus processos de *agenda setting* (Bennet & Livingston, 2021, p. 157). O facto de uma história “ser viral” tornou-se, por si, “notícia”, independentemente da veracidade da mesma (Bennet & Livingston, 2021, p. 157).

A distribuição de televisão “mais fácil” (cabo, satélite e internet) e a associada proliferação de canais, ajudaram, segundo alguns autores, a criar uma maior polarização na distribuição e consumo dos media (Hendricks & Vestergaard, 2019, p. 24). Naturalmente que o mercado dos Estados Unidos da América constitui um melhor exemplo¹¹ desta realidade pelas diferentes características da regulação do sector e da própria cultura dos media. Recorde-se que, nesse país, em nome da transparência, é habitual que os órgãos de comunicação social assumam, no seu estatuto editorial, o respetivo posicionamento político.

Mas uma sociedade tão fortemente “visual” como aquela em que vivemos não poderia deixar de ser muito sensível à desinformação através de imagens. Sobretudo porque a disseminação de aparelhos capazes de captar, editar e partilhar imagens aumentou e muito nos últimos anos (Mezaris, Nixon, Papadopoulos, & Teyssou, 2019, p. 3). E este lado mais “visual” da nossa sociedade levou até ao aparecimento de uma nova forma de desinformação: os *deepfakes*¹². Em que consiste este tipo de manipulação? Desde logo trata-se de imagens. Que são, tradicionalmente, consideradas incapazes de “mentir”. Todos recordamos vários exemplos de aforismos que traduzem, de uma forma evidente, essa característica da imagem: “*ver para crer*”, “*uma imagem vale mil palavras*”, etc. Será de facto a imagem, toda a imagem, indiscutivelmente verdadeira? Não é verdade que assim seja, até porque “a imagem não é um produto natural, não é transparente nem verdadeira.” (Gil, 2011, p. 24) e porque “não existe verdade fotográfica” (Gervereau, 2007, p. 156). Não devemos “aceitar nenhuma imagem como exata” (Wittgenstein, 1986, p. 33) e é sempre desejável analisar, utilizando as devidas ferramentas, qualquer imagem. Estabeleça-se

¹¹ Veja-se o exemplo de canais como a FOX News assumidamente de direita ou a MSNBC mais orientada para a esquerda.

¹² Por falta de tradução consensual para este termo, optámos por manter o original.

então como definição desta forma tão sofisticada de desinformação e manipulação: “*Deepfakes* são conteúdos visuais ou sonoros que foram manipulados, utilizando *software* avançado, para mudar a forma como uma pessoa, objeto ou ambiente é representado.” (CDEI, 2019).

Não há melhor forma de apresentar este tipo de manipulação¹³ do que recordar exemplos como alguns discursos alterados do ex-Presidente Obama ou do Presidente Putin. Em que, utilizando diversas técnicas, foi substituída a voz e os depoimentos dos protagonistas, com isso subvertendo por completo o sentido das declarações.

Até que ponto os *deepfakes* são uma ameaça? A resposta pode encontrar-se, por exemplo, na capa do *The Times* de fevereiro de 2019: “*Deepfake videos threaten the world order*”¹⁴ (CDEI, 2019, p. 9). Ou ainda, de forma bem clara, nas palavras de alerta do relatório “*Information Manipulation: A Challenge for our Democracies*”¹⁵ preparado por um grupo de peritos, a pedido do Governo francês, que chama a atenção para os diversos perigos desta forma de manipulação visual:

“Um perigo ainda maior, muito mais sutil que a criação de vídeos falsos, surge com as pequenas alterações de uma parte do áudio ou vídeo, tal como a gravação de um discurso.

[...] a circulação de vinte versões diferentes de um mesmo discurso pode esconder a verdadeira versão no meio da confusão”¹⁶. (Vilmer, Escorcía, Guillaume, & Herrera, 2018, p. 158)

Mas não é preciso procurar manipulações tão sofisticadas. Uma “simples” manipulação de uma fotografia pode cumprir esse objetivo. O jornalista Paulo Pena, que tem investigado a produção e circulação de *fake news*, relembra o caso do “relógio de luxo” atribuído a Catarina Martins, líder do Bloco de Esquerda. O valor do relógio seria de 20,9 milhões de

¹³ Embora não seja este o objetivo deste trabalho, refira-se que as técnicas de produção de *deepfakes* são normalmente divididas em quatro: substituição do rosto, manipulação do rosto, geração de rosto e geração de voz/discurso.

¹⁴ Tradução própria: “Deepfake vídeos ameaçam a ordem mundial”.

¹⁵ Disponível em https://www.diplomatie.gouv.fr/IMG/pdf/information_manipulation_rvb_cle838736.pdf

¹⁶ Tradução própria. No original: “*An even greater danger, far more subtle than the creation of a fake video, arises from the slight alteration of only a part of an audio or video clip, such as a recording of a speech. [...] the circulation of twenty different versions of a single speech, so as to hide the authentic version in the confusion.*”

euros¹⁷ (Pena, 2019, p. 29). Ou ainda do célebre cartão de identificação de Cavaco Silva que “provaria” a sua categoria de informador da PIDE (Pena, 2019, p. 34).

Mas existem outras abordagens da desinformação. Cheyfitz propõe uma definição mais alargada de desinformação, mas que não deixa de ser tremendamente atual: “Desinformação é o processo histórico de alterar a própria história, culminando numa disrupção ou bloqueio do pensamento crítico¹⁸.” (Cheyfitz, 2017, p. 15)

Para este autor a desinformação assinala um “mau funcionamento sistemático da democracia liberal” (Cheyfitz, 2017, p. 15) e constitui mesmo, no caso dos Estados Unidos da América, uma prova do colapso do sistema bipartidário.

Finalmente, falemos da tecnologia e do seu papel na criação e difusão de desinformação. Sem a evolução tecnológica, sem uma sociedade verdadeiramente em rede, a desinformação (que sempre existiu) teria muito mais dificuldade em espalhar-se e ganhar dimensão. Sistematizemos, recorrendo a McBrayer, a forma como a tecnologia tem ajudado à “epidemia” de desinformação (2021, p. 13):

- Aumentando o volume de informação a que estamos expostos;
- Selecionando e organizando (ou permitindo que outros o façam) o subconjunto de informação a que cada um de nós está exposto;
- Aumentando a velocidade de distribuição da informação e da desinformação;
- Tornando mais fácil criar “*fake news*”.

Será importante falar dos algoritmos utilizados pelas principais redes sociais para determinar “tendências” e amplificar as mesmas. No caso do Facebook deu-se uma substituição quase total dos moderadores humanos por sistemas de algoritmos (Ball, 2017, p. 113). Como resultado deste processo de “automação” registaram-se alguns casos de escolhas “duvidosas” das quais os exemplos mais paradigmáticos talvez sejam a divulgação de uma teoria da conspiração sobre o 11 de setembro ter sido resultado de “uma explosão controlada” (Ball, 2017, p. 114) ou o despedimento¹⁹ de uma das mais célebres pivots da FOX News, Megyn Kelly, acusada de apoiar Hillary Clinton. Esta última notícia seria distribuída a 1,79 mil milhões de utilizadores do Facebook, com grande destaque (Levesley, 2016).

¹⁷ O autor da manipulação foi identificado e alegou ter feito a montagem para provar aos amigos que era fácil criar boatos.

¹⁸ Tradução própria. No original: “Disinformation is the historical process of erasing history itself, culminating in a disruption or blockage of critical thinking”.

¹⁹ Disponível em <https://inews.co.uk/news/technology/facebook-trying-combat-fake-news-winding-back-time-biggest-decisions-year-37005>

Outro aspeto que não pode ser ignorado é o do chamado “efeito de filtro de bolha” que, numa definição simples, leva cada utilizador de redes sociais a viver dentro de uma “bolha” de interesses comuns aos seus amigos virtuais (Pariser, 2011, p. 10). Uma forma de “isolamento” que leva que cada utilizador se reveja nos seus “semelhantes²⁰”, sem encontrar grandes hipóteses de contraditório.

DESINFORMAÇÃO: UMA AMEAÇA À DEMOCRACIA?

No dia 26 de setembro de 2016, seis semanas antes de Donald Trump ser eleito Presidente dos Estados Unidos da América, um *site*²¹ publicou uma história afirmando que o Papa Francisco apoiava a eleição de Donald Trump (O'Connor & Weatherall, 2019, p. 3). O artigo em causa procurava replicar uma declaração do Papa, justificando o referido apoio com o facto do FBI ter arquivado queixas contra Hillary Clinton²². O artigo foi partilhado ou “gostado” 960.000 vezes até à data das eleições.

Outro exemplo da circulação da desinformação diz respeito à questão da polémica associada ao local de nascimento do ex-presidente Obama. Recorde-se que apenas em 2016 Donald Trump reconheceu a legitimidade da cidadania americana de Obama, depois de anos a propagar argumentos contrários (Hendricks & Vestergaard, 2019, p. 37). O ex-presidente Obama foi mesmo obrigado a tornar pública a sua certidão de nascimento como forma de combater o rumor que circulava nas redes sociais. Para contextualizar o mercado dos EUA, diga-se que a utilização da Internet neste país registou uma evolução exponencial: de apenas 14% dos adultos em 1995 para 85% em 2015 (Perdew, 2017, p. 19) o que, de alguma forma, ajuda a compreender o quadro de rápida difusão destes conteúdos.

Muita referida também em estudos e na opinião pública é a alegada pressão da Rússia sobre os Estados Unidos da América, desenvolvida através das redes sociais. Esta atuação teria como objetivo “enfraquecer a sociedade americana e sua estabilidade política minando assim o processo democrático²³” (Cosentino, 2020, p. 54). Uma aposta que resulta da alteração, por parte dos conselheiros do Presidente Putin, da utilização do *soft power*²⁴

²⁰ Os algoritmos das redes sociais tendem a aproximar pessoas que partilham interesses e opiniões semelhantes.

²¹ ETF News (endingthefeed.com).

²² A investigação do FBI dizia respeito à alegada utilização do email pessoal enquanto Secretária de Estado.

²³ Tradução própria. No original: “weaken American social and political stability and undermine its democratic process.”

²⁴ Conceito introduzido por Joseph S. Nye Jr. e que se pode, de forma resumida, descrever como o poder de atração de um país.

russo, que passaria agora a incluir também “o uso de informação e outros meios” (Van Herpen, 2016, p. 48). No âmbito desta estratégia, uma agência²⁵ especializada russa terá mesmo criado contas com falsos perfis de norte-americanos com o objetivo de influenciar o diálogo público e amplificar o descontentamento e a violência do discurso nas redes sociais (Bennet & Livingston, 2021, p. 156) .

Em 2017 regista-se um outro caso de desinformação bem revelador do impacto que a mesma pode ter nas relações entre países. Desta vez envolvendo o Qatar, na sequência da divulgação de um documento revelando uma ligação pró-iraniana por parte daquele emirado. Esta divulgação levaria mesmo a Arábia Saudita e o Egito a romper relações diplomáticas com o Qatar (Huyghe, 2021, p. 25). Investigações posteriores viriam a provar que se tratava de um documento falsificado (Vilmer, Escorcia, Guillaume, & Herrera, 2018, p. 68).

Ainda um outro exemplo internacional: a partilha de “imagens retocadas e rumores falsos” terá tido um efeito “não negligenciável na perseguição dos Rohingya em Myanmar” (Vilmer, Escorcia, Guillaume, & Herrera, 2018, p. 23). Com os efeitos a que todos assistimos nos noticiários. Estamos longe das imagens que serviram para revelar a brutal atividade dos campos de concentração nazis e a que Hannah Arendt²⁶ chamaria “*instantes verdade*”²⁷... Não cabe neste estudo exploratório uma análise aprofundada da alteração do sistema político ou até do enfraquecimento da confiança nas instituições democráticas. Existe uma vasta bibliografia sobre este assunto e trata-se de um campo de investigação muito ativo. Não pode, no entanto, deixar de referir-se que a manipulação da informação tem procurado provocar uma forte erosão da democracia. Um mundo de pós-verdade. Aliás a palavra do ano em 2016 foi *post-truth* (Hendricks & Vestergaard, 2019, p. 103). Curiosamente em 2017 seria... *fake-news* (Dalkir & Katz, 2020, p. xxiv).

Se, durante muito tempo, a maioria dos estudos relativos à relação entre Internet e política focava, sobretudo, movimentos progressistas apontados como uma influência democratizadora²⁸, a verdade é que os movimentos de direita têm vindo a conseguir, graças aos media digitais, curto-circuitar os media tradicionais. (Schroeder, 2018, p. 60). O populismo ganhou espaço. Recorde-se a frase²⁹ de Leslie Moonves, CEO da CBS, acerca da candidatura de Trump: “Pode não ser bom para a América, mas é muito bom para a CBS³⁰. “A política colonizada pelos media produz efeitos na forma como a política se

²⁵ Trata-se da IRA (Internet Research Agency).

²⁶ Segundo Georges Didi-Huberman (2003:46).

²⁷ Tradução própria. No original: “*Instants vérité*”.

²⁸ Schroeder dá o exemplo do movimento *Occupy Wall Street*.

²⁹ Disponível em <https://www.hollywoodreporter.com/news/leslie-moonves-donald-trump-may-871464>

³⁰ Tradução própria. No original: “It May Not Be Good for America, but It’s Damn Good for CBS”

processa [...]” (Figueiras, 2017, p. 71). E não pode ignorar-se que a mais que evidente simbiose entre a política e os media resulta numa diluição clara das fronteiras entre a política e o entretenimento. (Figueiras, 2017, p. 80).

Mas existem outros perigos na influência da desinformação sobre a democracia. Alguns autores alertam para o facto de o principal perigo da desinformação não ser o seu efeito direto sobre os eleitores, mas sim a sensação que transmite aos políticos de que os eleitores estão “desatentos” e “não vigilantes” acerca da coerência das ações dos políticos (Bennet & Livingston, 2021, p. 163). Para estes autores o público bem informado é apenas um “mito”, mas um mito que faz “funcionar bem a democracia” (Bennet & Livingston, 2021). Vejam-se algumas diferenças entre os efeitos de campanhas de desinformação nos EUA ou em França, por exemplo. No segundo caso registaram-se tentativas de influenciar as eleições presidenciais de 2017 (as “Macron Leaks”) que não tiveram um tão grande efeito porque os franceses, para aceder a informação, dependem menos de tabloides e sites dedicados a teorias da conspiração (Vilmer, Escorcia, Guillaume, & Herrera, 2018, p. 68) continuando a apostar em informação de referência.

Seja qual for a solução (ou combinação de soluções) para combater esta ameaça à democracia, o principal será “encontrar novos mecanismos que permitam agregar valores que capturem os ideias da democracia sem nos manter reféns da ignorância e da manipulação” (O'Connor & Weatherall, 2019, p. 186).

Em Portugal, os conteúdos de desinformação de maior relevo a circular nas redes sociais dizem respeito, precisamente, à corrupção política (OberCom, 2019, p. 3). Segundo o mesmo estudo, a situação em Portugal seria assim mais próxima daquilo que se passa no Brasil do que nos restantes países europeus (idem:3).

CAMINHOS E SOLUÇÕES

Não existe uma solução única para o combate à desinformação. Existem diversas áreas de atuação que poderão, em conjunto, permitir fazer frente a este verdadeiro flagelo. Procurámos neste trabalho, de forma necessariamente sucinta, apresentar um resumo de alguns desses caminhos.

1. A RESPOSTA DA EUROPA

1.1. UNIÃO EUROPEIA

A União Europeia tem estado bastante atenta à necessidade de acompanhar de perto a área da comunicação em ambiente digital. Recuperamos alguns dos mais importantes passos dados no âmbito das suas instituições (ERC, 2019, p. 4):

2015

- Proposta de **Estratégia para o Mercado Único Digital na Europa**³¹ - proposta de análise da importância das plataformas em linha no mercado digital, incluindo a questão dos conteúdos ilegais.

2016

- **Comunicação Sobre Plataformas em Linha e Mercado Único Digital**³² - alerta para as necessidades de regulamentação suscitadas pelas plataformas em linha.
- **Resolução do Parlamento Europeu sobre a Comunicação Estratégica da EU para Enfrentar a Propaganda Contra Ela Dirigida por Terceiros**³³ - abrange as campanhas de desinformação em linha.

2017

- **Resolução do Parlamento Europeu sobre Plataformas em Linha e o Mercado Único Digital**³⁴ - solicita à Comissão Europeia uma análise a fundo do fenómeno da desinformação e do quadro jurídico das *fake news*”.
- **Consulta Pública Europeia sobre Fake News e Desinformação em Linha**³⁵ - procurando definir o conceito de *fake news* e avaliar a sua disseminação em linha.

2018

- **Criação do Grupo Independente de Alto Nível para as Fake News e Desinformação Online (HLEG)** – para analisar o fenómeno e aconselhar a Comissão.
- **Relatório “A multi-dimensional approach to disinformation – report of the independent High Level Group on Fake News and Online Disinformation**³⁶”- revisão das melhores práticas e respostas.

³¹ Disponível em https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=LEGISSUM:3102_3

³² Disponível em <https://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2016/PT/1-2016-288-PT-F1-1.PDF>

³³ Disponível em https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-8-2016-0441_PT.html?redirect

³⁴ Disponível em <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=CELEX:52017IP0272>

³⁵ Disponível em <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/synopsis-report-public-consultation-fake-news-and-online-disinformation15>

³⁶ Disponível em <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/final-report-high-level-expert-group-fake-news-and-online-disinformation>

- **Recomendação da Comissão sobre o reforço da natureza europeia das eleições de 2019 para o Parlamento Europeu e da eficácia do processo eleitoral**³⁷ - dirigido aos Estados Membros no sentido de serem tomadas medidas para redução dos riscos em campanhas eleitorais no que diz respeito a ataques informáticos e campanhas de desinformação.
- **Relatório Eurobarometer Sobre Notícias Falsas e Desinformação Online**³⁸ - divulgação de um inquérito sobre atitudes e consciência dos cidadãos.
- **Recomendação da Comissão com Medidas para o Combate Eficaz ao Conteúdo Ilegal em Linha**³⁹ - Recomendações para operadores no que se refere a conteúdos terroristas.
- **Relatório *The Digital Transformation of News Media and the Rise Disinformation and Fake news***⁴⁰ - Destaca a análise do impacto das *fake news* na política.
- **Comunicação da Comissão *Combater a Desinformação em Linha: Uma Estratégia Europeia***⁴¹ - Reúne todos os trabalhos anteriores e identifica o problema da desinformação e o seu impacto nos processos democráticos.
- **Fórum Multilateral de Operadores contra a Desinformação**⁴² - procura juntar todos os parceiros envolvidos na adoção de um código comum de atuação.
- **Código de Conduta contra a Desinformação**⁴³.
- **Plano de Ação Contra a Desinformação**⁴⁴ - assenta em quatro pilares:
 - a. Melhorar as capacidades das instituições da EU para detetar, analisar e denunciar casos de desinformação.
 - b. Reforçar as respostas coordenadas e conjuntas por parte da EU e Estados Membros.
 - c. Mobilizar o setor privado para o combate à desinformação.
 - d. Sensibilizar a população para a desinformação, reforçando a resiliência das sociedades.

³⁷ Disponível em <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018H0234&from=SK>

³⁸ Disponível em https://data.europa.eu/euodp/data/dataset/S2183_464_ENG

³⁹ Disponível em <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/commission-recommendation-measures-effectively-tackle-illegal-content-online>

⁴⁰ Disponível em <https://ec.europa.eu/jrc/sites/jrcsh/files/jrc111529.pdf>

⁴¹ Disponível em <https://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2018/PT/COM-2018-236-F1-PT-MAIN-PART-1.PDF>

⁴² Disponível em <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/meeting-multistakeholder-forum-disinformation>

⁴³ Disponível em <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/code-practice-disinformation>

⁴⁴ Disponível em https://eeas.europa.eu/headquarters/headquarters-homepage/54866/action-plan-against-disinformation_en

1.2. ESTADOS

Não cabendo neste trabalho uma análise exaustiva dos diversos países da Europa, optámos por seleccionar alguns exemplos de legislação destinada a combater a desinformação. Escolhemos assim detalhar os casos da França, do Reino Unido e de Portugal. Naturalmente que, concretizado o Brexit, o Reino Unido já não é parte da União Europeia, mas não deixa de ser um interessante objeto de estudo nesta área.

1.2.1. FRANÇA

A lei de imprensa⁴⁵ já previa, neste país, nomeadamente no seu artigo 27.º, normas destinadas a combater a reprodução e propagação de notícias falsas e as respetivas sanções legais, que variam entre 45.000 e 135.000 euros. Também o “Código Eleitoral” prevê multa de 15.000€ e pena de um ano de prisão para quem *“por meio de notícias falsas, rumores caluniosos ou outras práticas fraudulentas, desvie votos ou leve a que um ou mais eleitores se abstenham de votar.”*

Mas o país resolveu adotar ainda mais medidas e, por isso mesmo, foi introduzida legislação adicional nesta área. Desde logo ao nível do código do consumidor, na medida em que o recurso a conteúdos patrocinados é a principal forma de captação de audiências no contexto da disseminação de informações falsas (ERC, 2019, p. 20). Mas também a nível do “Código Eleitoral” (que permite por exemplo o encerramento de um site em 48 horas) e da “Lei da Liberdade de Comunicação” (com reforço dos poderes do CSA⁴⁶).

Registe-se ainda a existência de uma lei relativa à “Confiança na Economia Digital”⁴⁷, destinada a ser aplicada fora do período eleitoral que estabelece “a obrigação de eliminar, prontamente, qualquer conteúdo ilícito de que tenham conhecimento, os operadores das plataformas online devem adotar um sistema que permita aos seus utilizadores assinalar informações falsas” (ERC, 2019, p. 21).

1.2.2. REINO UNIDO

No Reino Unido, a base legal continua a ser o “Defamation Act 2013”⁴⁸ que estabelece que “constitui difamação a declaração, comprovadamente falsa, cuja publicação cause ou seja suscetível de causar sérios danos à reputação de um indivíduo, partido político, empresa, país, ou outra entidade.

⁴⁵ Disponível em <https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/LEGITEXT000006070722/>

⁴⁶ Conseil Supérieur de l'audiovisuel. Disponível em <https://www.csa.fr/>

⁴⁷ Disponível em <https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFTEXT000000801164/>

⁴⁸ Disponível em https://www.legislation.gov.uk/ukpga/2013/26/pdfs/ukpga_20130026_en.pdf

Não se comprovando o dano sério, a declaração, ainda que totalmente falsa, não poderá ser considerada difamatória”. (ERC, 2019, p. 23).

O “Malicious Communications Act”⁴⁹, de 1988, oferece proteção contra a publicação de histórias falsas, desde que um dos propósitos do remetente seja causar angústia ou ansiedade ao destinatário. Não se aplica quando o lucro é o objetivo.

Existe ainda o “Communications Act”, de 2003, que regula o uso impróprio das redes de comunicações eletrônicas e abrange mensagens transmitidas por qualquer tipo de plataforma de comunicação, incluindo as redes sociais. No entanto, só contempla as informações “grosseiramente ofensivas”.

1.2.3. PORTUGAL

[...] atualmente, no quadro legal português não se conhece norma que especificamente preveja o tipo de atuação que a desinformação pode suscitar ou abarcar, nem tão pouco, obviamente, a respetiva sanção.” (ERC, 2019, p. 34).

Esta declaração, constante do relatório da ERC sobre desinformação, é bem elucidativa da realidade em Portugal. A referida instituição tem sentido algumas dificuldades em encontrar nos seus estatutos⁵⁰ a justificação para intervir em plataformas de difusão e nas redes sociais. O que tem levado a intervenções “casuísticas e cautelosas” (ERC, 2019, p. 30). Nalguns casos a Lei do Comércio Eletrónico⁵¹ poderá ser aplicada por via dos prestadores de serviços da sociedade de informação, bem como dos intermediários, sob a supervisão da ANACOM.

A posição de Portugal tem sido muito “reativa”, segundo o OberCom (2019, p. 2) limitando-se a “secundar as posições assumidas pela União Europeia (idem:2). Já a União Europeia tem privilegiado as medidas regulatórias evitando medidas legislativas. (OberCom, 2019, p. 12).

1.3.O PAPEL DO JORNALISMO

Entre as diversas formas de combate à desinformação não parecem restar dúvidas relativamente ao papel do jornalismo. “O jornalismo erra, mas é a melhor defesa dos cidadãos” (Pena, 2019, p. 153) é uma boa forma de resumir a situação. Mas não é o único a defender essa posição. Há quem veja o jornalismo como a melhor ferramenta para

⁴⁹ Disponível em <https://www.legislation.gov.uk/ukpga/1988/27/section/1>

⁵⁰ Disponíveis em

<https://www.erc.pt/print/?info=YTozOntzOjEzOjI0aXBvX2NvbnRldWRvIjtzOjM6ImNhbSI7czo0OiJ5YW5nIjtzOjI6ImNBOlJtzOjExOjZpZjI250ZXVkb2I7czo0OiJxNCI7fQ==>

⁵¹ DL n.º 7/2004, de 07 de janeiro, alterada pelo DL n.º 62/2009, de 10/03 e pela Lei n.º 46/2012, de 29/0

navegar num mar de (des)informação. “O jornalismo é a moderna cartografia. Cria um mapa que permite aos cidadãos navegarem na sociedade.” (Kovach & Rosenstiel, 2004, p. 170) Desde logo porque os jornalistas são responsabilizáveis pelo que escrevem, filmam, editam e publicam. E têm um “Estatuto” a que estão vinculados e que estabelece as regras do seu trabalho⁵². Que determina, de forma clara, os princípios a observar por estes profissionais. Nomeadamente no seu artigo 14.º (Deveres):

“1 - Constitui dever fundamental dos jornalistas exercer a respectiva actividade com respeito pela ética profissional, competindo-lhes, designadamente:

a) Informar com rigor e isenção, rejeitando o sensacionalismo e demarcando claramente os factos da opinião; [...].”

E, em caso de existência de erros ou imprecisões, o mesmo “Estatuto” refere⁵³ a obrigatoriedade de “Proceder à rectificação das incorrecções ou imprecisões que lhes sejam imputáveis;”

Diga-se que todos os órgãos de comunicação social são facilmente contactáveis para esclarecimento de erros ou outras imprecisões. E, caso esta abordagem não seja suficiente, é sempre possível o recurso à ERC⁵⁴ (Entidade Reguladora da Comunicação) ou ainda à CCPJ⁵⁵ (Comissão da Carteira Profissional de Jornalista) que poderão intervir, de forma complementar.

O *fact checking*, que tem vindo a ser realizado sobretudo pelos jornalistas, é, também, uma forma evidente e eficaz de combate à desinformação. E é também natural o papel relevante dos jornalistas nesta área. Afinal de contas, os jornalistas sempre fizeram *fact cheking* na sua vida profissional. “A essência do jornalismo assenta numa disciplina de verificação” (Kovach & Rosenstiel, 2004, p. 74). Aliás estes autores falam mesmo do “jornalismo de verificação” por oposição ao “jornalismo declarativo” (Kovach & Rosenstiel, 2004, p. 79). Sem esquecer que o próprio jornalista arrisca ser “manipulado por atores que ultrapassam a ética das relações públicas tentando enganar ou corromper jornalistas para a difusão da desinformação” (UNESCO, 2018, p. 9)

Mas o jornalismo não pode ser a solução única. As modificações que o sector dos media tem vindo a sofrer nos últimos 20 anos conduziram a um emagrecimento das redações,

⁵² cfr. “Estatuto do Jornalista” disponível em <https://www.ccpj.pt/media/1042/estatuto-do-jornalista.pdf>

⁵³ Alínea b) do número 2 do artigo 14.º do “Estatuto do Jornalista”.

⁵⁴ Os pareceres da ERC sobre queixas têm obrigatoriamente de ser publicados pelos órgãos de comunicação social visados.

⁵⁵ A CCPJ tem autoridade.

com reflexos evidentes na qualidade do trabalho produzido, trabalho dos jornalistas que passou a ser avaliado em “volume” e não em “densidade” (Pena, 2019, p. 158). E o próprio jornalismo tem de se defender a si mesmo contra as etiquetas *fake news* e “inimigos do povo” (Bennet & Livingston, 2021, p. 166) com que são, muitas vezes, bombardeados. Mais do que nunca a observação rigorosa dos princípios que norteiam a atividade jornalística e o respeito pelos critérios editoriais parecem ser as melhores armas dos jornalistas (Bennet & Livingston, 2021, p. 166).

O problema da validação da informação não é, aliás, exclusivo do jornalismo e constitui um desafio não apenas para os jornalistas. Trata-se também de um desafio para colaboradores de organizações de direitos humanos e de organizações de resposta de emergência que são muitas vezes chamados a aferir se determinado conteúdo digital é “certo” ou “errado” (Mezaris, Nixon, Papadopoulos, & Teyssou, 2019, p. 4).

1.4. LITERACIA

Para muitos investigadores o principal fator facilitador da propagação da desinformação reside nas pessoas e na sua baixa literacia. Entre os fatores que potenciam essa situação atentemos na lista apresentada por Janke & Cooper (2017, p. 158):

- Dificuldade em encontrar informação correta disponível;
- Os nossos próprios conhecimentos sobre como avaliar notícias;
- Os nossos enviesamentos na filtragem das notícias;
- A nossa falta de empenho em procurar notícias corretas.

Um dos caminhos a seguir é, também, procurar identificar “especialistas”. Ou seja: as pessoas de reconhecida competência na área em que precisamos de informação ou de validação da informação. Mas como reconhecer “especialistas”? A solução poderá ser através das suas “credenciais públicas” ou “licenças públicas” (McBrayer, 2021, p. 143) que permitem reconhecer as suas qualidades e podem assumir diversas formas como, por exemplo: diplomas universitários, cargos, experiência profissional e publicações, entre outros. (McBrayer, 2021, p. 143) .

Não cabe neste trabalho uma análise mais aprofundada da questão do desenvolvimento das competências de literacia no combate à desinformação, mas esta é, sem qualquer dúvida, uma das áreas que justificará trabalho de investigação mais detalhado.

“A wise skepticism is the first attribute of a good critic.”

(James Russell Lowell)

“A desinformação é um monólogo mascarado de diálogo”

(Cheyfitz, 2017, p. 22).

CONCLUSÕES

A desinformação constitui atualmente um dos maiores problemas da nossa sociedade. Uma sociedade de informação em que o volume disponível atingiu valores inimagináveis. Com este crescimento e com a evidente democratização (ou facilitação) da produção de informação por parte de cada um aumentou também a necessidade de validação. E aumentou proporcionalmente a quantidade de informação tendenciosa, manipulada e manipuladora em circulação. Com objetivos diversos, mas que são, nalguns casos, absolutamente perniciosos para a vida em sociedade. E é também por essa razão que se torna necessário estudar, compreender e combater a desinformação. Pelos efeitos devastadores que tem sobre a vida em sociedade, sobre a democracia e sobre as relações entre países. Mas também por aquilo que revela de falta de capacidades de literacia por parte dos cidadãos. Pode combater-se? Pode e deve. Mas não será fácil resolver ou sequer combater o problema da desinformação. Nenhum líder político, empresa tecnológica ou organização jornalística será capaz, apenas por si, de resolver este problema (Bennet & Livingston, 2021, p. 165). Sem esquecer que, quando combatemos uma falsidade estamos, indiretamente, a chamar a atenção para a mesma (Janke & Cooper, 2017, p. 194). E também o facto de que poderá existir algum risco de confundir algumas formas de desinformação com os movimentos de *“outrage and hope”* que nascem nas redes sociais e de que fala Castells, quando refere os movimentos “em rede” que nascem em todo o Mundo e que pedem uma nova forma de democracia (Castells, 2015, p. 316). Ou até pelo risco de criar limitações à liberdade de expressão.

Conclusão evidente de qualquer estudo sobre desinformação é que a mesma enfraquece a liberdade de expressão (ERC, 2019, p. 3) uma vez que altera a confiança nas instituições e nos meios de comunicação social.

A transparência da democracia é desejável a todos os títulos, mas é preciso que seja uma transparência efetiva. Se “democracia é o poder dos cidadãos”, então subscrevemos a visão de Innerarity, no que diz respeito ao empoderamento dos cidadãos ser

fundamentalmente” um poder de visão” (Innerarity, 2016, p. 296). Mas onde os riscos de uma sociedade mediática também estão presentes através de uma “reivindicação de transparência que é fundamental [...] mas que pode limitar-se a uma gratificação *voyeurística* de um público que não faz outra coisa senão olhar” (Innerarity, 2016, p. 298)

A forma de combater a desinformação poderá ser bastante complexa de definir e obriga a uma visão sistémica. Neste estudo exploratório olhámos, ainda que de forma resumida, para algumas alternativas. Desde logo, a questão da legislação e regulação. Um quadro de análise europeu onde estão a ser dados passos significativos para a redução da desinformação. E onde a consciência do problema é muito visível, atente-se a todo o esforço da União Europeia para enquadrar este fenómeno.

Olhar atento mereceu-nos também o papel do jornalismo. Que vive uma situação complexa: por um lado sofre pressões económicas que enfraquecem as organizações de produção de notícias e, por outro lado, vê ser-lhe exigido um novo e mais exigente papel. “Um mapa que permite aos cidadãos navegarem na sociedade” (Kovach & Rosenstiel, 2004, p. 170) mas um mapa de um oceano de desinformação “onde os jornalistas arriscam afogar-se no meio da cacofonia” (UNESCO, 2018, p. 9).

A questão da literacia é também uma importante resposta a este problema. Não só a literacia mediática, área mais evidente, mas também todo um conjunto alargado de literacias. Porque só cidadãos dotados de ferramentas de literacia poderão desenvolver o necessário espírito crítico relativamente a conteúdos tendenciosos e manipulativos.

Podemos assim dizer que a desinformação será, durante muito tempo não só um objeto de estudo científico, mas também uma das preocupações dos Estados e das organizações internacionais. Porque constitui um vírus capaz de se propagar de forma rápida e destruidora. E para o qual a vacina nunca estará completamente “pronta”. Numa pandemia tão antiga quanto a circulação de informação.

REFERÊNCIAS

- Ball, J. (2017). *Post Truth: How Bullshit Conquered the World*. London: Biteback Publishing Ltd.
- Benkler, Y., Faris, R., & Roberts, H. (2018). *Network Propaganda: Manipulation, Disinformation, and Radicalization in American Politics*. New York: Oxford University Press.
- Bennet, W., & Livingston, S. (2021). *The Disinformation Age: Politics, Technology, and Disruptive Communication in the United States*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Castells, M. (2015). *The Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age*. Polity Press.
- CDEI (2019). *Deepfakes and Audio-visual Disinformation*. UK: Centre for Data Ethics and Innovation.
- Cheyfitz, E. (2017). *The Disinformation Age: The Collapse of Liberal Democracy in the United States*. New York: Routledge.
- Cosentino, G. (2020). *Social Media and the Post-Truth World Order: The Global Dynamics of Desinformation*. palgrave macmillan.
- Dalkir, K., & Katz, R. (2020). *Navigating Fake News, Alternative Facts and Misinformation in a Post-Truth World*. United States of America: IGI Global.
- ERC (2019). *A Desinformação - Contexto Europeu e Nacional*. Lisboa: ERC.
- EU (2018). *A multi-dimensional approach to disinformation - Report of the independent High-level Group on fake news and online disinformation*. Publications Office of the European Union.
- Europe, C. o. (2017). *Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Strasbourg: Council of Europe.
- Figueiras, R. (2017). *A Mediatização da Política na Era das redes Sociais*. Lisboa: Alêtheia Editores.
- Gervereau, L. (2007). *Ver, Compreender, Analisar as Imagens*. Lisboa: Edições 70.
- Gil, I. C. (2011). *Literacia Visual: Estudos Sobre a Inquietude das Imagens*. Lisboa: Edições 70.
- Hendricks, V. F., & Vestergaard, M. (2019). *Reality Lost: Markets of Manipulation, Misinformation and Manipulation*. Springer Open.
- Huyghe, F.-B. (2021). *Fake News: le Livre de Référence*. Versailles: VA Éditions.
- Innerarity, D. (2016). *A Política em Tempos de Indignação*. Alfragide: Publicações Dom Quixote.

- Janke, R., & Cooper, B. (2017). *News Literacy: Helping Students and Teachers Decode Fake News*. Rowman & Littlefield.
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2004). *Os Elementos do Jornalismo: o que os profissionais do jornalismo devem saber o público deve exigir*. Lisboa: Porto Editora.
- Levesley, D. (2016). "What I want to tell you about fake news after my job at Facebook". Retrieved from <https://inews.co.uk/news/technology/facebook-trying-combat-fake-news-winding-back-time-biggest-decisions-year-37005>
- McBrayer, J. P. (2021). *Beyond Fake News: Finding the Truth in World of Misinformation*. New York: Routledge.
- McDougall, J. (2019). *Fake News vs Media Studies: Travels in a False Binary*. palgrave macmillan.
- Mezaris, V., Nixon, L., Papadopoulos, S., & Teyssou, D. (2019). *Video Verification in The Fake News Era*. Switzerland: Springer.
- Noortje, M. (2017). *Digital Sociology*. Cambridge: Polity Press.
- OberCom (2019). *Fake News em ano eleitoral*. Lisboa: Observatório da Comunicação.
- O'Connor, C., & Weatherall, J. (2019). *The Misinformation Age: How False Beliefs Spread*. New Haven: Yale University Press.
- Pariser, E. (2011). *The Filter Bubble: What Internet is Hiding from You*. New York: The Penguin Press.
- Pena, P. (2019). *Fábrica de Mentiras: viagem ao mundo das fake news*. Lisboa: Objectiva.
- Perdew, L. (2017). *Information Literacy in the Digital Age*. Minneapolis: Abdo Publishing.
- Schroeder, R. (2018). *Social Theory after the Internet*. London: UCL Press.
- Susma-Peña, T., Druckman, M., & Oduro, N. (2020). *Fighting Misinformation: Digital Media Literacy*. Virginia: The Great Courses.
- UE (2018). *Código de Conduta da UE sobre Desinformação*.
- UNESCO (2018). *Journalism, Fake News & DisInformation*. Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.
- Van Herpen, M. (2016). *Propaganda Machine: Soft Power and Russian Foreign Policy*. Rowman & Littlefield.
- Vilmer, J.-B., Escorcía, A., Guillaume, M., & Herrera, J. (2018). *Information Manipulation: a Challenge for Our Democracies*. Paris: Policy Planning Staff (CAPS) of the Ministry for Europe and Foreign Affairs and the Institute for Strategic Research (IRSEM) of the Ministry for the Armed Forces.
- Volkoff, V. (2000). *Pequena História da Desinformação*. Lisboa: Editorial Notícias.

Wardle, C. (2017). *Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Council of Europe.

Wittgenstein, L. (1986). *Philosophical Investigations*. Oxford: Basil Blackwell Ltd.