

Desinformação em sala: percepções de estudantes de Jornalismo

Desinformacion en aula: percepciones de estudiantes de periodismo

Misinformation in the classroom: perceptions of journalism students

Luiz Henrique Zart  Rita de Cássia Romeiro Paulino 

| Destaques

Docentes e discentes devem revisitar conceitos e procedimentos no processo de formação de jornalistas brasileiros.

Universidades precisam investir em currículos para formação teórico-metodológica e epistemológico-reflexiva, não apenas prática, dos discentes.

Estudantes universitários desenvolvem percepções particulares sobre o fenômeno da desinformação a partir do contexto local.

| Resumo

Este artigo estudou percepções de estudantes de graduação em Jornalismo de uma universidade da serra catarinense (Brasil) sobre desinformação. A pesquisa é descritiva, exploratória, e a coleta é feita por formulário on-line, com 24 perguntas, de 16 a 23 de abril de 2021. A amostra é não-probabilística, por conveniência, com 77 respondentes, entre os 88 matriculados no primeiro semestre de 2021. Os resultados indicam: *fake news* é o termo escolhido para definir o fenômeno; busca-se informação em celulares com internet, em redes sociais e aplicativos de mensagem. Destaca-se: política e saúde são os temas mais afetados, em correntes ou mimetizando conteúdo jornalístico, por adultos radicalizados politicamente à direita. Conclui-se que é preciso desenvolver capacidade crítica, levantando questões como a crítica midiática e o combate à desinformação, a serem estimulados nas universidades, na formação de futuros jornalistas – com currículos que invistam na formação teórico-metodológica e epistemológico-reflexiva, não apenas prática, dos discentes.

[Resumen | Abstract](#)

| Palavras-chave

Jornalismo. Graduação. Desinformação.

Recebido: 25.10.2023

Aceito: 13.11.2024

Publicado: 05.12.2024

DOI: <https://doi.org/10.26512/lc30202451083>

Introdução

A desinformação não é tratada como um problema à toa. Especialmente nos últimos anos, tem sido objeto de estudo por conta dos impactos que tem gerado nas mais diversas esferas coletivas e individuais – das decisões políticas ao clima de incerteza permanente e tensão em situações cotidianas (Delmazo & Valente, 2018). Sabe-se que a veiculação desses conteúdos não é algo novo: sociedades pelo mundo têm enfrentado falsidades e seus efeitos nefastos (Posetti & Matthews, 2018). O contexto contemporâneo oferece condições extremamente favoráveis de propagação de informação, em volume e velocidade nunca vistos. Em uma dinâmica de produção simbólica marcada pela sobrecarga (des)informativa, o cenário de “desordem informativa” (Wardle & Derakhshan, 2017) acaba nos exaurindo e deixando exaustos. Por isso, nos torna influenciáveis, frágeis e vulneráveis (Mendiguren et al., 2020; Prazeres & Ratier, 2020). Os efeitos, de curto e longo prazo, atingem “não apenas indivíduos e organizações, mas também sociedades e culturas” (Tandoc Jr., 2019, p. 6). Entre eles, estão jovens que, em atos de envolvimento, dentro de uma cultura participativa, são consumidores e produtores – os *produsers* – em um mundo midiatizado (Pereira, 2021).

A conexão constante com a internet, o consumo exagerado de informação e a distribuição acelerada de mensagens e conteúdos distorcidos geram a hiperinformação e, depois, a “infoxificação” (Tejedor et al., 2021), sustentada especialmente pelo compartilhamento inadvertido de usuários e da amplificação do alcance desses conteúdos (Bennett & Livingston, 2021). O agravamento do problema tem forçado ações de combate (Empoli, 2019): governos trazem à luz a legislação; organizações independentes lançam iniciativas de checagem de fatos. De outra perspectiva, as chamadas *big techs*, ainda que cinicamente, têm removido poucas contas que disseminam desinformação (Wardle & Derakhshan, 2017), ao mesmo tempo que organizações jornalísticas têm investido na atuação conjunta, ressaltando que é fundamental à sociedade investir e financiar tanto o incentivo ao desenvolvimento de competências em literacia midiática (Lopes et al., 2015) quanto ao Jornalismo profissional (Christofeletti, 2019).

Mesmo com a atuação de coletivos como o Intervozes (2019), vale ressaltar que o Brasil é um caso típico: a edição 2019 da pesquisa TIC Domicílios, feita pelo Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), vinculado ao Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br), destacou que há 134 milhões de usuários de internet no país (74% da população com 10 anos ou mais). Além disso, 99% das pessoas conectadas usam celular para mensagens instantâneas (92%) e redes sociais (76%) (Cetic.br, 2020).

Nessa guerra da informação, a primeira vítima é a verdade. Conforme argumenta Kakutani (2018, p. 12), a partir das eleições presidenciais estadunidenses de 2016 e da votação do Brexit que sacramentou a saída do Reino Unido da União Europeia, entre outros exemplos no Brasil, na Polônia, Itália e Hungria, ondas conservadoras, (tecno)populistas e fundamentalistas aproveitaram-se da pretensa

acessibilidade à informação da internet para fazer com que as pessoas “recorram mais ao medo e à raiva do que ao debate sensato, corroendo as instituições democráticas e trocando os especialistas pela sabedoria das multidões”.

Com *outsiders* demagogos e autoritários adentrando a esfera política, a desestabilização e corrosão “de forma mais gradual e silenciosa” das instituições passou a ser feita por dentro (Kakutani, 2018; Levitsky & Ziblatt, 2018), em uma ressignificação que lembra o assombro da distopia orwelliana 1984: a construção de uma realidade paralela, não-factual, tomada por contradição e confusão como estratégias de comunicação, sobretudo em tempos de crises, conflitos, ansiedade e incerteza, quando a capacidade cognitiva pode ser “desarmada” com mais facilidade (Waisbord, 2018). Um exemplo é o ódio canalizado com objetivos políticos para manter projetos de poder, em contato e comunicação diretos com os públicos, sem qualquer mediação, como a exercida pelo Jornalismo profissional (Delmazo & Valente, 2018; Empoli, 2019).

Por outro lado, a própria dependência da mídia tradicional nesse ambiente a tornou vulnerável. Se a notícia ancorada em práticas éticas e responsáveis, “independente, confiável, precisa e comprehensível” se apoia no que Kovach e Rosenstiel (2004) entendem como uma necessidade básica de saber o que acontece, a desinformação apropria-se dessa característica e a ressignifica. Marwick e Lewis (2017) diagnosticam que subculturas da internet tomaram vantagem no ecossistema midiático através da dinâmica participativa para manipular enquadramentos noticiosos e propagar suas ideias. Na era da economia da atenção, grupos conservadores reacionários e de extrema-direita desenvolveram técnicas: assim, capturam afetos dos públicos e aumentam o alcance de teorias conspiratórias, discursos radicalizados e de ódio; incentivam a dúvida e o medo. Além disso, usam estrategicamente robôs, memes, redes sociais e suas câmaras de eco para explorar a área cinzenta na qual o Jornalismo dificilmente penetra. Essa fragmentação deixa turvas as fronteiras entre verdade e mentira, fato e ficção, conhecimento científico e não-científico. Em resumo: quando amparar-se na realidade se torna questão de convicção pessoal, abre-se espaço para mercadores da dúvida (Waisbord, 2018).

Outra peça deste quebra-cabeça é a crise – financeira, tecnológica, de credibilidade e autoridade – permanente do Jornalismo como sistema perito, em muitos casos com dificuldade de compreender um funcionamento diferente do ecossistema midiático (Catalina-García et al., 2019; Christofoletti, 2019). Nesse momento, altera-se o papel do Jornalismo tanto como serviço público quanto como forma de conhecimento construtor da realidade, condicionada cultural e historicamente, com determinadas finalidades a cumprir (Meditsch, 1997; Reginato, 2019). Waisbord (2018, p. 3) aponta que mesmo o Jornalismo é uma instituição “fragmentada, complexa e aberta”, em um processo não-ordenado, mas *disruptivo* entre notícias, jornalistas e públicos.

O principal desafio é entender a transformação “guiada pela proliferação digital de oportunidades para expressão pública e comunidades de identidades com diferentes epistemologias e engajamento com as notícias e a informação”

(Waisbord, 2018, p. 4). Ao mesmo tempo, percepções e comportamentos dos públicos assumem papel de protagonismo em um tempo de perda de certa primazia da verdade como princípio estruturante da sociedade (Correia, 2019; Varão, 2020).

Para Waisbord (2018, p. 7), a verdade é “sempre instável, disputada, desafiada”, e “faz sentido em contexto, como parte de condições discursivas que determinam a correspondência entre notícias e realidade”. No entanto, as relações entre Jornalismo e verdade excedem o universo da imprensa, porque a segunda é “resultado da forma com que os públicos interpretam a realidade à medida que examinam, navegam, evitam e entendem as informações constantemente” (Waisbord, 2018, p. 8). No mesmo momento, identifica-se um descrédito generalizado sobre os jornalistas (Glisson, 2019) e o “colapso do sonho tecnocrático liberal”, a partir de um enfraquecimento da posição social legitimada por experts, divisão partidária de crédito aos fatos, à politização da ciência e ao declínio da política (Waisbord, 2018, p. 5).

Conforme argumenta Ramonet (2012), dos meios de comunicação de massa, na contemporaneidade, passou-se a uma massa de meios. O fenômeno indica a diferença entre os períodos, com a abertura de possibilidades de consumo de informação, por conta dos dispositivos ou pela alteração dos formatos de veiculação destes conteúdos. Com isso, ocorreu uma suposta democratização do conhecimento. Por outro lado, abriu-se espaço, também, para uma espécie de viralização dos usuários – em um paradoxo com a circulação acelerada da (des)informação –, que, quando afetados por ela, passam por um processo de “zumbificação”: agem movidos “por um impulso ou um apetite em relação ao qual não pode se posicionar de forma racional ou autônoma”, sem criticidade ou análise (Leite & Matos, 2017, p. 2337).

Sobretudo jovens têm estado expostos a um fluxo constante destes conteúdos, em um cenário que Santos-D'Amorim e Miranda (2021) classificam como de “desinfodemia”. O termo, conforme explicam Posetti e Bontcheva (2020, p. 2), se refere às “falsidades que alimentam a pandemia e seus impactos”, por conta de uma “enorme ‘carga viral’ de desinformação potencialmente mortal”. Além disso, essa definição, um neologismo, ganhou força na esteira da ascensão de teorias da conspiração, especialmente durante o cenário ocasionado pela covid-19 em todo o mundo (Santos-D'Amorim & Miranda, 2021).

Os impactos, afinal, atingem as salas de aula, como percebe uma série de estudos que se propuseram a compreender o consumo de notícias e a percepção de estudantes – em países como Brasil, Portugal e Espanha. Um dos achados consideráveis, destacados por Catalina-García et al. (2019), constatou o abandono dos meios tradicionais para buscar informação, dando preferência às redes sociais por meio de dispositivos móveis individuais. No País Basco, Mendiguren et al. (2020) admitem a existência de um estado de alerta ao observar a variedade de temáticas afetadas consideravelmente pelo fenômeno da desinformação.

Os estudos também prestam atenção à avaliação de estudantes universitários sobre a credibilidade de notícias na internet quando se veem propensos a compartilhar conteúdos com os quais concordem, atrapalhando noções de credibilidade da informação, já que, em muitos casos, o conteúdo tem aparência noticiosa (Herrero-Diz et al., 2019) e às motivações de adolescentes para espalhar *fake news* no WhatsApp (Herrero-Diz et al., 2020). Também já se pesquisou sobre a dieta informacional de universitários – como acessam e se engajam com as notícias (Head et al., 2018). Especificamente, já buscou-se saber da interpretação, do consumo de informação e da confissão de estudantes de Jornalismo de já terem caído nas armadilhas da desinformação (Tejedor et al., 2021). E mesmo a respeito de como se avaliam as competências de literacia midiática dos indivíduos (Lopes et al., 2015) na formação de estudantes.

A partir deste panorama, esta pesquisa pretende compreender de que forma estudantes de graduação de uma universidade da serra catarinense definem o fenômeno, como consomem informação e de que maneira percebem e interpretam a relação entre Jornalismo e desinformação. É possível analisar contextualmente como se informam, qual a dieta info/desinformativa e de que maneira isso pode se refletir na formação acadêmica de futuros jornalistas que, imersos na dinâmica digital, se deparam com conteúdos distorcidos, enganosos, mentirosos ou desinformativos (Albuquerque, 2021).

Referencial teórico

A discussão sobre a definição e a circulação de desinformação, como ela própria, é complexa e confusa. Não há exatamente um consenso sobre a origem, com indicações apontando que surgiu com os primeiros sistemas de escrita, na Roma Antiga, em pasquins do século XVI (Delmazo & Valente, 2018). O propósito de Benjamin Franklin em 1782 – imprimindo um jornal falso, em Boston, era alegar que o exército britânico tinha contratado nativos para matar e escalar soldados americanos, mulheres e crianças, na luta pela independência (Tandoc Jr., 2021). Posteriormente, há relatos de 1938 sobre o milhão de americanos em pânico após ouvir a adaptação de “Guerra dos Mundos”, de H. G. Wells – sobre uma invasão alienígena narrada em formato de notícia radiofônica, com atores fingindo ser repórteres, cientistas e membros do governo (Tandoc Jr., 2021). Há registros de desinformação durante a Segunda Guerra Mundial, na Alemanha nazista e na União Soviética (Tejedor et al., 2021). O que muda, agora, são “velocidade, escala e proliferação massiva e consumo de informação falsa num contexto de desestabilização da mídia tradicional [...]” (Tejedor et al., 2021, p. 339).

Certo é que o propósito da desinformação segue uma tipologia que considera: intencionalidade de enganar a opinião pública; motivações para a criação e formas de disseminação como preceitos norteadores (Santos-D'Amorim & Miranda, 2021). Em uma das usuais conceituações, que toma o fenômeno como político-econômico – não jornalístico – nas eleições estadunidenses de 2016, o termo *fake news* é usado para qualificar “notícias intencionalmente e verificadamente falsas, que podem enganar leitores” (Allcott & Gentzkow 2017, p. 213), concordando com

Tandoc Jr. et al. (2017) em relação à motivação: por ideologia ou dinheiro, ou, para Marwick e Lewis (2017), por *status*, atenção e radicalização, com a intenção de confundir. Genericamente, para Tejedor et al. (2021), *fake news* seriam histórias falsas disseminadas por mídias sociais.

A revisão de Tandoc Jr. et al. (2017) chegou a seis definições para *fake news*: sátira noticiosa (intenção humorística se passando por notícia real); paródia noticiosa (quando há imitação, ou um ruído na comunicação e o receptor não consegue identificar uso de humor, considerando-a factual – quando não há o que Catalina-García et al. (2019, p. 99) chamam de “pacto tácito de leitura prévio entre emissor e receptor”); fabricação (histórias sem base em fatos publicadas ao estilo do texto jornalístico); manipulação (uso de imagens reais em fotografia ou vídeo para criar falsas narrativas); publicidade disfarçada; e propaganda política (criadas para impulsionar vendas, acesso a sites ou influenciar o debate público/político realçando um enquadramento favorável), tendo como elemento fundamental uma “co-construção” dos conteúdos pelo público, “pois sua falsidade depende muito de saber se o público percebe o falso como real” (Tandoc Jr. et al., 2017, p. 12). Configura-se um paradoxo: quem impulsiona o fenômeno são as próprias vítimas.

Contudo, contesta-se o uso do termo que, ao virar *buzzword* (Tandoc Jr. et al., 2017), perdeu significado. Distorcido e apropriado por figuras políticas notavelmente incentivadoras da desinformação, passou a ser usado para atacar profissionais e organizações jornalísticas críticas e impor uma agenda ideológica enviesada (Santos-D’Amorim & Miranda, 2021; Tandoc Jr., 2021; Waisbord, 2018), ou mesmo influenciar processos eleitorais (Bennett & Livingston, 2021; Empoli, 2019).

Já a concepção de “notícia falsa” descaracteriza a função informativa e os processos de verificação e precisão a ela inerentes, com um significado reducionista e impreciso (Mendiguren et al., 2020). Apesar disso, aponta Tandoc Jr. (2019), esses conteúdos têm como característica também uma “mimetização” da estrutura noticiosa – imitação visual, com elementos típicos da edição jornalística – e de um “verniz” que copia sites legítimos e compõe um simulacro de credibilidade, além de um efeito de “onipresença” capaz de distorcer a percepção do público sobre a relevância do conteúdo – ainda que não consiga absorver o processo organizacional.

Fake news se torna um termo problemático, mas é um tipo específico de desinformação que: “é falso, pretende enganar as pessoas, e o faz tentando parecer uma notícia real” (Tandoc Jr., 2019, p. 2). Integra aquilo que Wardle e Derakhshan (2017) tratam como o “fenômeno da desinformação”, problema estrutural do ecossistema midiático, que inclui “enviesamento, descontextualização, sensacionalismo, falsa controvérsia, teorias da conspiração, erro jornalístico, boato ou rumor, sátira, paródia e artigos de opinião erroneamente entendidos como informação” (Prazeres & Ratier, 2020, p. 90).

A desinformação vai além do termo *fake news*, e inclui uma variedade de “informações falsas, imprecisas ou enganosas produzidas, apresentadas e

promovidas para causar dano público intencionalmente ou para obter lucro" (European Comission, 2018). Envolve, para Brisola e Bezerra (2018, p. 3319): "[...] informação descontextualizada, fragmentada, manipulada, retirada de sua historicidade, tendenciosa, que apaga a realidade, distorce, subtrai, rotula ou confunde. A desinformação não é necessariamente falsa; muitas vezes, trata-se de distorções ou partes da verdade".

Além do nível de facticidade e da intenção de enganar, há que se considerar os processos cognitivos da desinformação (Tandoc Jr., 2019, p. 1) – viés de confirmação, exposição seletiva ou falta de pensamento analítico – diante dos quais, mesmo a confrontação por eventual checagem pode ter pouco efeito. Os dois primeiros decorrem do terceiro, uma vez que a estrutura das mídias sociais favorece que os usuários permaneçam em suas "bolhas" e recebam apenas conteúdos que confirmam suas convicções e interesses por meio de algoritmos pouquíssimo transparentes (Santos-D'Amorim & Miranda, 2021; Tandoc Jr., 2019). Ainda neste campo, destaca-se a possibilidade de julgamento dos indivíduos sobre a credibilidade de uma história a partir não apenas de quem a divulgou, mas também pelo número de interações, comentários e compartilhamentos (Tandoc Jr., 2021).

Por sua vez, Santos-D'Amorim e Miranda (2021, p. 16) distinguem 16 arranjos entre informação incorreta/imprecisa (misinformation), desinformação (disinformation) e má informação (malinformation), também baseados na intencionalidade, quais sejam:

Enviesamento, propaganda, artigos retratados, teorias da conspiração, representação enganosa em mapas, quadros e gráficos, notícias falsas, clickbait, hoaxes, sátira ou paródia, sites fraudulentos, comentários falsos, phishing (uso de informação pessoal ou confidencial), uso político de informações confidenciais, uso indevido de informações pessoais / confidenciais, filtros bolha (baseados em algoritmos, são "capazes de amplificar e ao mesmo tempo isolar pontos de vista e narrativas espalhando desinformação") e câmaras de eco (causadas pelo relacionamento emocional/não-racional com a informação. (Santos-D'Amorim & Miranda, 2021, p. 14)

A primeira é "uma informação imprecisa, aberta a múltiplas compreensões e usos, sendo o prefixo mis–, uma indicação de erro ou algo errado", que, no entanto, não procura causar dano; a segunda, "informação deliberadamente enganosa, com intenção de enganar", concordando com a interpretação de Wardle et al. (2018, p. 43); e a terceira, "má informação é a informação sensível que é estratégicamente utilizada para gerar vantagem, seja ela pessoal ou institucional".

Em meio a tantas definições e discussões, Mendiguren et al. (2020, p. 172) apontam que esse é um problema que afeta "a cidadania em geral e os jovens em particular", uma vez que são os que mais usam redes sociais para se manter informados. Justamente nos canais em que a desinformação mais se espalha (Wardle & Derakhshan, 2017), ao mesmo tempo em que abandonam meios tradicionais a partir do acesso praticamente ininterrupto a dispositivos móveis

conectados, jovens têm outra forma de avaliar as notícias, também porque cresceram imersos nessa situação (Head et al., 2018).

Assim, há uma dubiedade: mesmo sabendo que a produção de desinformação é facilitada pela dinâmica *on-line*, jovens são também os mais vulneráveis a este tipo de linguagem que estimula o “agir antes de pensar”, mesmo acreditando que, por terem pouca idade, executarem várias tarefas simultaneamente, e terem conhecimento do funcionamento das redes, saberão com certeza o que encontrarão ali. Importa saber, portanto, de que forma os universitários alcançados para este estudo compreendem o fenômeno da desinformação.

Metodologia

A pesquisa é descritiva e exploratória. No primeiro caso, visa descrever características de certas populações ou fenômenos; no segundo, busca maior familiaridade com o problema ao explicitá-lo, por meio de revisão bibliográfica, entrevistas ou outras estratégias (Gil, 1987). Esta proposta se dá mediante levantamento, para que as percepções possam ser vistas como elementos subjetivos, úteis para o “estudo de opiniões e atitudes” (Gil, 1987, p. 78). Os dados, coletados por intemédio de formulário digital, semelhante à entrevista estruturada, baseiam-se em amostra nãoprobabilística selecionada de forma intencional, por conveniência, com foco em curso de uma instituição específica: um universo composto por estudantes matriculados no primeiro semestre letivo de 2021, na graduação em Jornalismo de uma universidade da serra de Santa Catarina (Lopes, 2005).

Intitulado “Pesquisa sobre Jornalismo e Desinformação”, o formulário contou com pré-teste e, então, foi enviado por e-mail institucional, aplicativo de mensagem e, em algumas turmas, aplicado no período de aula. Formado por 24 questões fechadas, em três etapas – Identificação, com informações pessoais; Definições do fenômeno e consumo; e Percepções sobre desinformação –, o formulário esteve aberto, de 16 a 23 de abril de 2021. A escolha intencional do universo se deu por conta da possibilidade da verificação sobre a situação de jornalistas em formação, partindo da hipótese de que este segmento específico tenha um grau de conhecimento mais apurado sobre o assunto. Ressalta-se que todos os estudantes foram informados sobre o estudo e deram consentimento de participação quando responderam às perguntas, com a garantia de anonimização das informações.

Resultados e discussão

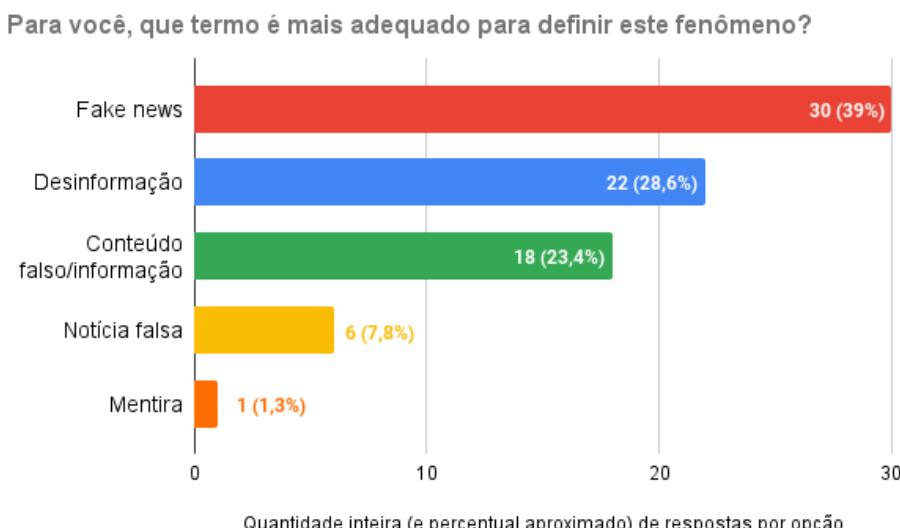
Do universo de 88 estudantes matriculados no curso de graduação em Jornalismo da universidade escolhida, 77 (87,5%) responderam à pesquisa, uma quantidade relativamente representativa para os propósitos deste estudo¹. Ao todo, foram 38 homens (49,4%) e 39 mulheres (50,6%), com idades variadas: quatro pessoas (5,2%) com até 18 anos; oito (10,4%) tanto entre 25 e 29 anos quanto entre 50 e

¹ O formulário já não aceita mais respostas. No entanto, a tabela com os dados brutos pode ser acessada pelo DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.13770150>

59 anos; e outros nove (11,7%) tanto entre 30 e 39 anos quanto entre 40 e 49. A parcela mais representativa dos entrevistados, 39 (50,6%), pertence à faixa etária de 18 a 24 anos, o que atesta um perfil com mesclas, mas predominantemente composto por jovens. Vale mencionar que os estudantes estão em etapas diferentes da formação: 15 respondentes (19,5%) são da primeira fase; 13 (16,9%) da terceira; 16 (20,8%) da quinta; 27 (35,1%) da sétima; dois (2,6%) do oitavo período; e quatro (5,2%) não estão em uma fase específica.

Gráfico 1

Termo mais utilizado pelos estudantes para definir o fenômeno da desinformação

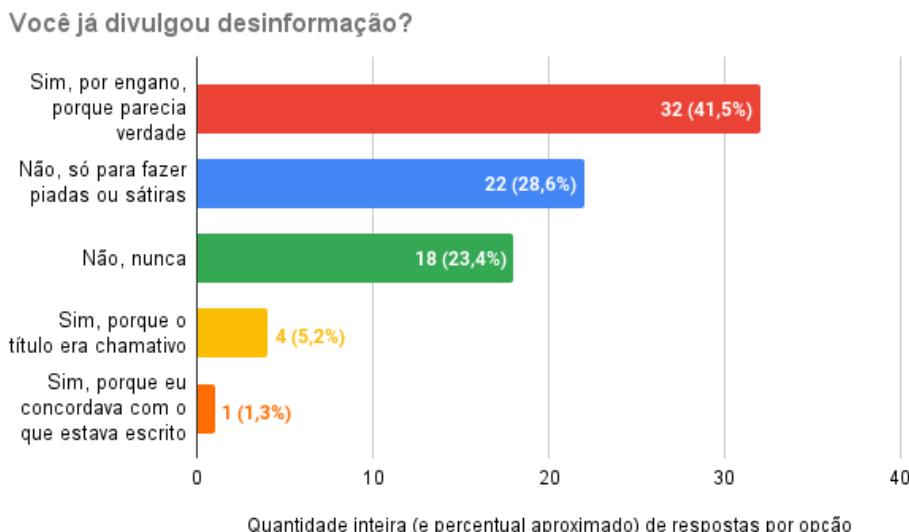


Fonte: elaborado pelos autores.

A seção seguinte à de identificação dos participantes buscava saber de que maneira eles definiam o problema da desinformação e também quais os hábitos de consumo de informação (Gráfico 1). As respostas indicam uma perspectiva matizada. Pouco mais de um terço, 30 respondentes (39%), entendem que *fake news* é o termo ideal, enquanto *desinformação* e *conteúdo falso* vêm logo na sequência, com 22 (28,6%) e 18 (23,4%), respectivamente. Acredita-se que os estudantes optam por classificar como *notícia falsa* ou *mentira* com menor frequência porque os demais termos são usualmente mais utilizados e se fixam nas discussões cotidianas, tanto quanto aparecem em conteúdos discutidos em sala.

Gráfico 2

Reconhecimento sobre a divulgação de desinformação pelos estudantes



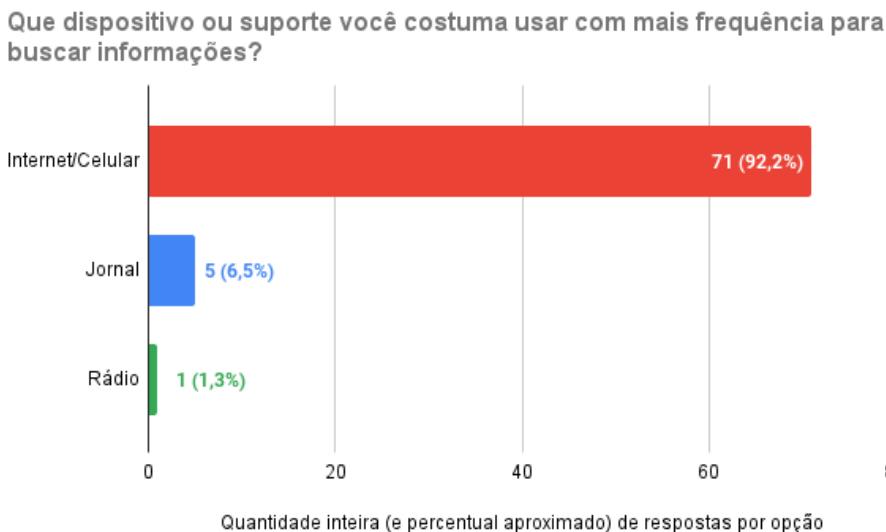
Fonte: elaborado pelos autores.

Dos 77 respondentes, 32 admitem já ter divulgado desinformação porque parecia conteúdo verdadeiro (Gráfico 2). A outra parcela mais relevante se dividiu entre os que disseram nunca ter espalhado desinformação (18) e os que só divulgaram com a intenção de satirizar ou fazer piadas com certo acontecimento (22). Em menor medida, quatro responderam ser motivados a divulgar material desinformativo com base em um título chamativo, e somente um, porque concordava com o que ali estava publicado.

Em relação ao suporte mais usado pelos estudantes quando buscam informação (Gráfico 3), os dados apontam a predominância do celular, com o uso da internet como recurso em 71 casos (totalizando 92,2%). Em seguida, mas muito atrás, aparecem o jornal, com cinco sinalizações (6,5%), e o rádio, com uma (1,3%). Das opções disponíveis, vale destacar que TV, rádio, revistas ou outros meios sequer foram mencionados. Ainda nesse sentido, a questão seguinte tratou das fontes preferidas de informação dos participantes: houve uma perspectiva mais fragmentada. Em destaque, ficaram sites de jornais *on-line*, com 41 respostas (53,2%), seguidos por redes sociais (18 respostas; 23,4%), rádio e TV (9 respostas; 11,7%). Em menor escala, outras fontes de informação, jornais e revistas impressos apareceram com quatro indicações (5,2%) cada, enquanto um participante (1,3%) tem aplicativos de mensagem como preferência.

Gráfico 3

Dispositivo ou suporte usado com mais frequência pelos estudantes para buscar informações

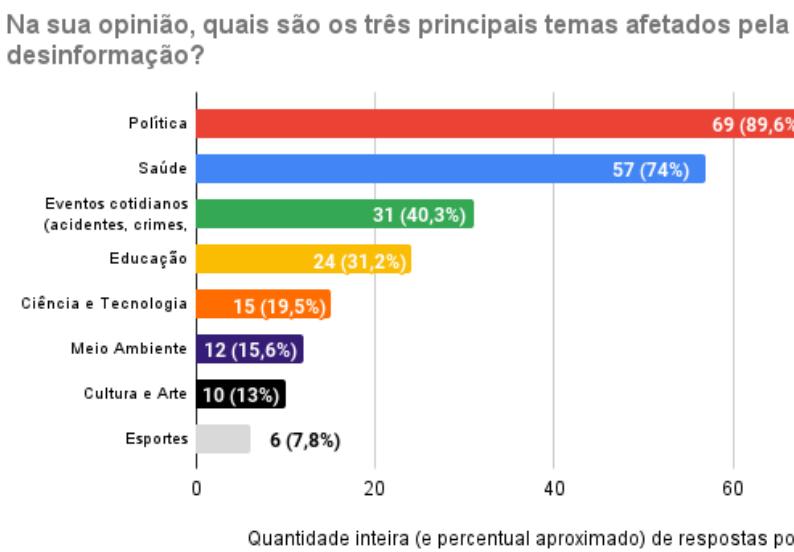


Fonte: elaborado pelos autores.

Em relação às redes sociais e aos aplicativos de mensagem mais utilizados para buscar informações, a multiplicidade de opções foi lembrada, dividindo os respondentes de forma considerável: o Twitter e o WhatsApp lideram, com 19 respostas (representando 24,7% cada), seguidos de perto pelo Instagram, com 18 (23,4%); depois, aparecem empatados Facebook, outras opções (com seis respostas, 7,8% cada), seguidos do YouTube (quatro respostas, 5,2%) e de cinco (6,5%), que afirmaram não ter o costume de usar.

Gráfico 4

Na opinião dos estudantes, os três principais temas afetados pela desinformação



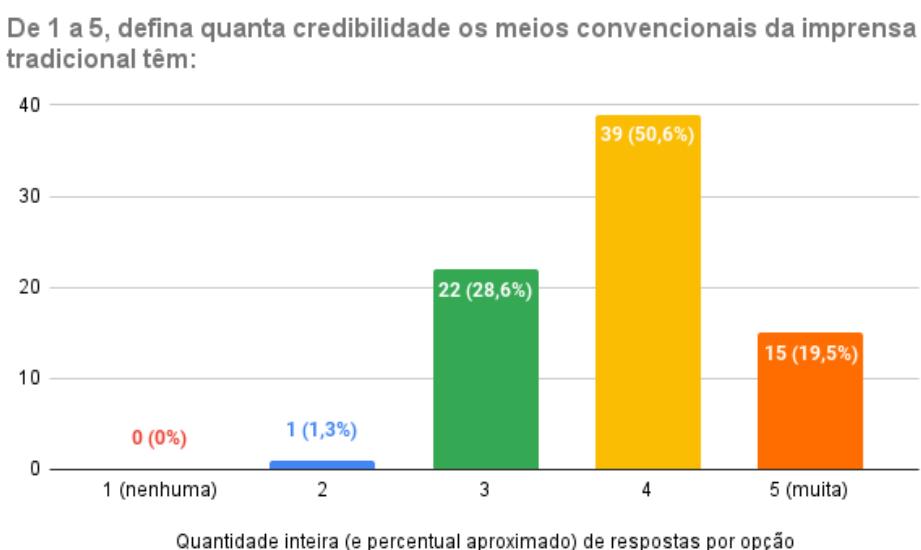
Fonte: elaborado pelos autores.

Para os entrevistados, os três principais temas mais afetados pela desinformação (Gráfico 4) são os relacionados à política (para 89,6% dos respondentes), seguidos da saúde (74%) e de eventos cotidianos, como acidentes, assaltos e assassinatos, entre outros (40,3%). Com menor representatividade nos resultados aparecem, em ordem, os seguintes assuntos: educação (31,2%), ciência e tecnologia (19,5%), meio ambiente (15,6%), cultura e arte (13%) e esportes (7,8%). A hipótese disposta no referencial teórico se evidencia na percepção dos estudantes, neste sentido, sobretudo em um momento de incerteza, marcado por uma crise sanitária e política, temas que se sobressaem por razões evidentes..

Quando questionados a respeito de verificação, 40 deles (51,9%) disseram sempre conferir as informações que recebem. Outros 19 (24,7%) conferem muitas vezes; enquanto 17 (22,1%) o fazem às vezes; e apenas um (1,3%) confere raramente. Indagados se hoje se deve desconfiar mais sobre a informação que se consome ou recebe, a tendência pesou para um lado: 40 (51,9%) argumentam que é preciso desconfiar da maioria, enquanto 35 (45,5%) apontaram que isso deve ser feito com tudo. Houve apenas uma resposta (1,3%) às opções de que não se deve desconfiar nem mais nem menos ou de que não se deve desconfiar das informações na maioria dos casos.

Gráfico 5

Definição, de 1 a 5, de quanta credibilidade os meios convencionais da imprensa tradicional têm

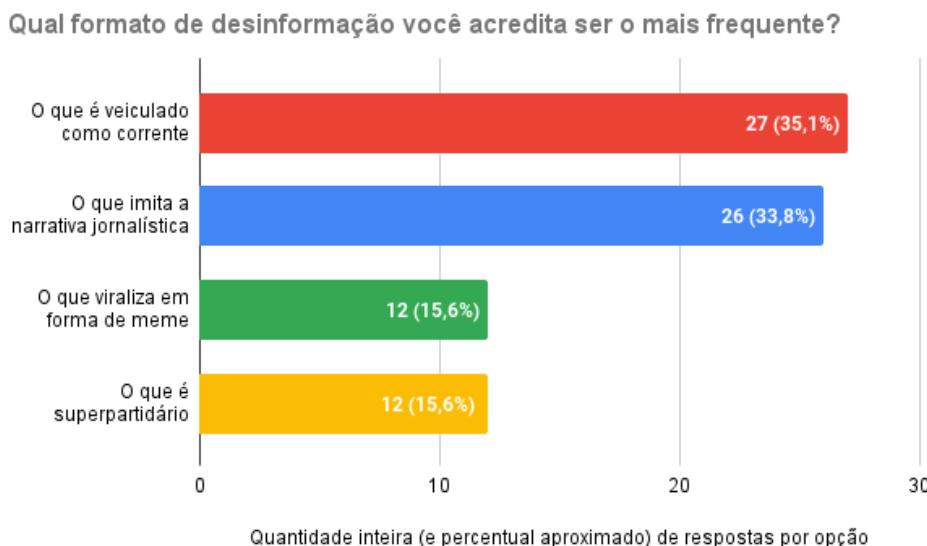


Fonte: elaborado pelos autores.

Na seção seguinte, interessada pelas percepções sobre desinformação, a primeira pergunta foi sobre a credibilidade oferecida pela imprensa tradicional (gráfico 5). Em uma escala de 1 (nenhuma credibilidade) a 5 (muita credibilidade), a maioria dos respondentes oscilou entre o meio (28,6%) e as posições positivas, entre 4 e 5 (que juntas representam 70,1%).

Gráfico 6

Formatos de desinformação que os estudantes acreditam ser o mais frequente



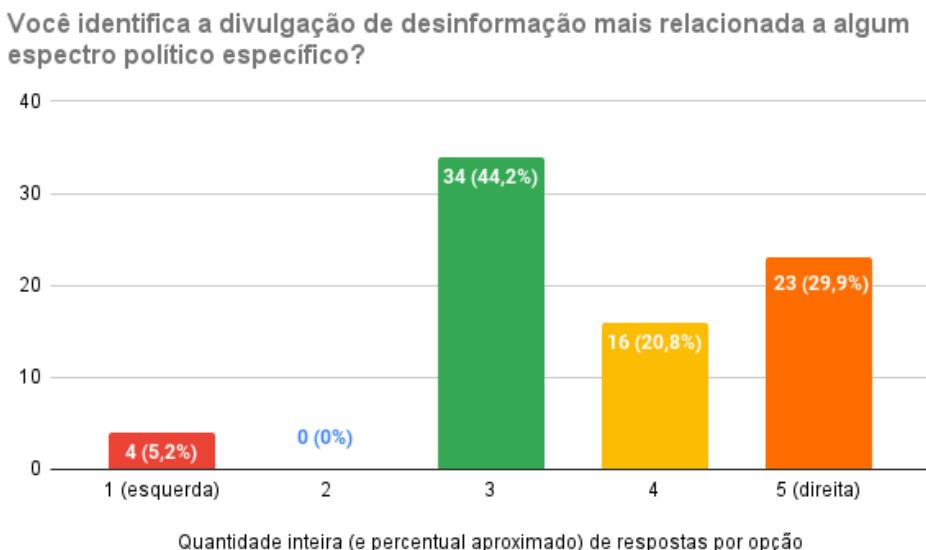
Fonte: elaborado pelos autores.

Quando o formato mais frequente de circulação de desinformação é trazido à pauta, as opções mais presentes foram: o que é disposto em forma de “corrente” (27 respostas; 35,1%) e aquele que mimetiza o relato jornalístico (26 respostas; 33,8%). Empatados, logo na sequência, aqueles conteúdos que são superpartidários ou os que se espalham como meme (15,6%, totalizando 12 respostas cada um). Por sua vez, quando o questionamento é sobre o aspecto mais relevante para considerar uma informação verdadeira, as opções mais assinaladas, em ordem de aparição, foram: seguir os parâmetros de redação e apuração jornalística, entre outros (28 respostas; 36,4%); estar em mais de três fontes diferentes (25; 32,5%); constar na imprensa tradicional (11; 14,3%); figurar em mais de duas fontes diferentes (7; 9,1%) e muitas pessoas comentando (nas redes sociais ou fora delas) (6; 7,8%).

A maioria (44 respondentes, totalizando 57,1 %) concorda que são os adultos, entre 31 e 64 anos, os principais responsáveis pela veiculação da desinformação. Na sequência, vêm os idosos, com 65 anos ou mais (17 respostas; 22,1%), os jovens, de 18 a 30 anos (12; 15,6%) e os adolescentes, entre 15 e 17 anos (4; 5,2%). Posteriormente, os participantes foram convidados a opinar em que medida o ambiente de radicalização política contribui para que a desinformação se dissemine com mais facilidade. Em uma escala de 1 (não contribui) a 5 (contribui muito), as respostas se concentraram em 55,8% dos casos (43 respostas) para contribui muito; 27,3% (21 pessoas) para contribui parcialmente; 14,3% (11 estudantes) no ponto intermediário; e 2,6% (duas pessoas) que dizem que, parcialmente, há pouca contribuição.

Gráfico 7

Identificação sobre a divulgação de desinformação relacionada a algum espectro político específico



Fonte: elaborado pelos autores.

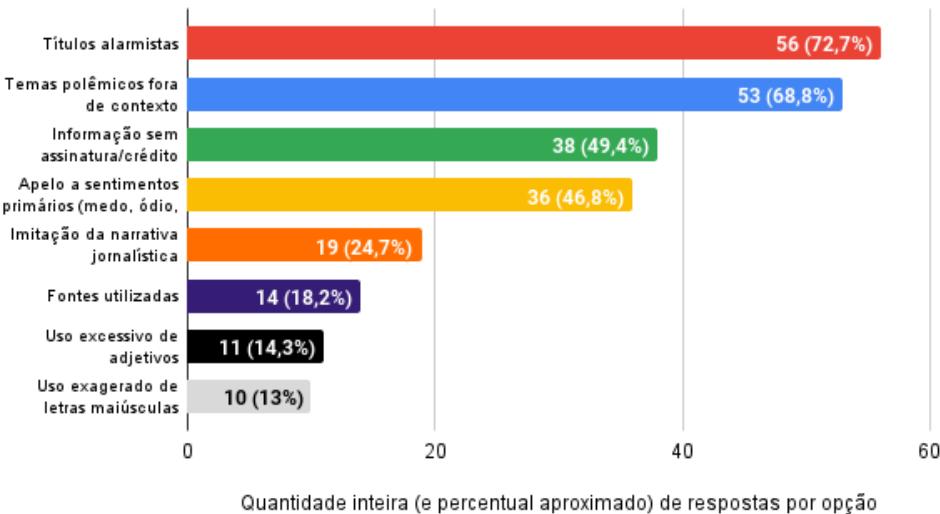
Quando chamados a dizer qual/quem é a principal fonte de desinformação, 71,4 % (55 pessoas) apontaram os próprios usuários de redes sociais como os principais responsáveis, uma vez mais confirmando aspectos mencionados na teorização. Depois, foram lembrados os Políticos (9 casos, 11,7%); os Sites Superpartidários (8 pontuações; 10,4%); os Robôs (4 menções; 5,2%) e, em um caso (1,3%) a imprensa tradicional, considerando rádio, TV impressos e internet. Nesse sentido, uma vez que usuários e políticos compõem a maior parte dos divulgadores de desinformação, a próxima questão procurou saber se, na opinião dos entrevistados, havia identificação com a propagação desses conteúdos por um espectro político determinado (gráfico 7). Na posição indicada, as barras correspondem, ideologicamente, de 1 a 5 da esquerda para a direita. Nota-se que a maior parte acredita que ambos os espectros compartilham desinformação, mas nas matizes acentuadas, predomina a presença da direita.

Deixando os atores, a pergunta seguinte pedia indicações sobre qual rede social ou aplicativo de mensagem mais colabora com a disseminação de desinformação. Cinquenta respostas (64,9%) ligaram o WhatsApp a esse processo, e outras 24 (31,2%) ao Facebook; três se distribuíram entre Instagram, Twitter e YouTube (1,3% para cada). Assim, conhecendo os motivadores, foi a vez de perguntar se os respondentes se consideravam capazes de identificar claramente as diferenças entre conteúdos verdadeiros e falsos. Com 55 alunos, um percentual relevante (71,4%) apontou que sim, na maioria das vezes; enquanto outros 15 (19,5%) indicaram que sim, conseguem fazê-lo totalmente. Em menor medida, cinco (6,5%) alegaram não conseguir distinguir na maioria das vezes, além de um (1,3%) que disse não conseguir totalmente e outro que não soube responder.

Gráfico 8

Seleção de três elementos que ajudam o leitor a detectar desinformação

Selecione três elementos que ajudam o leitor a detectar desinformação:



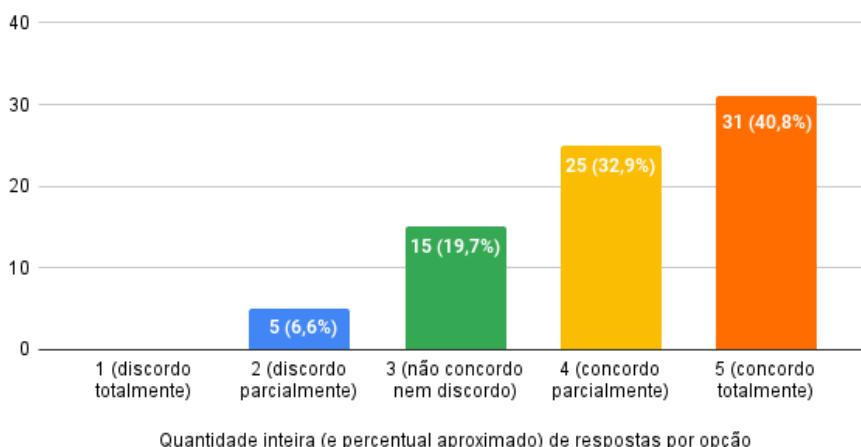
Fonte: elaborado pelos autores.

Tão pertinente quanto saber se se sabe notar o discurso desinformativo é entender quais elementos podem ajudar o público a identificar esses conteúdos (Gráfico 8). Pediu-se aos participantes que escolhessem três opções, e os que se sobressaíram foram, respectivamente, títulos alarmistas (72,7%), temas polêmicos fora de contexto (68,8%) e informação sem assinatura/crédito (49,4%), com menções honrosas ao apelo a sentimentos primários como medo, ódio, raiva e repulsa, entre outros (46,8%).

Gráfico 9

Afirmiação dos estudantes de que a universidade oferece recursos suficientes para tenham uma formação sólida a respeito do fenômeno da desinformação

Você acredita que a universidade oferece recursos suficientes para que o estudante tenha uma formação sólida a respeito do fenômeno da



Fonte: elaborado pelos autores.

Por fim, as últimas três questões relacionavam a formação universitária com o problema da desinformação. A primeira delas, especificamente, dizia: “como jornalista em formação, você entende que a função do profissional tem qual nível de relevância no combate à desinformação?” Mais uma vez, em uma escala de 1 a 5, entre pouco e muito importante, a quase totalidade dos participantes (96,1%) assinalou “muito importante”. Os demais (3,9%) colocaram-se no quarto ponto, mais à direita, também em concordância.

Por sua vez, na escala de 1 a 5, diante da afirmação de que a formação universitária contribui para que se esteja mais atento ao ambiente onde circula a desinformação, 73,7% (56 marcações) concordam totalmente; 22,4% (17) concordam parcialmente; outros 2,6% nem concordam nem discordam; e 1,3% (um respondente) discorda parcialmente. Já a última pergunta voltou-se às atribuições da universidade, outra vez a partir do modelo de escala para distribuir as percepções dos entrevistados (Gráfico 9). Identificou-se que a avaliação oscila, positivamente, mas com variações de grau – entre os que concordam totalmente (40,8%), parcialmente (32,9%), não concordam nem discordam (19,7%) e os que discordam parcialmente (6,6%).

Considerações finais

Em um curso majoritariamente com graduandos/as de 18 a 24 anos em turmas de cinco períodos diferentes, a pesquisa indica preferência pelo termo *fake news* para definir o fenômeno da desinformação e aponta que a maioria já divulgou desinformação por engano. As consultas à internet via celular se mostraram o recurso mais utilizado para conseguir informação, preferencialmente por meio de jornais *on-line*. E quando o foco foi direcionado às redes sociais *on-line*, Twitter e WhatsApp foram mais representativos entre redes sociais e aplicativos de mensagem. Os temas variam, mas os mais afetados pela desinformação são política e saúde. Neste sentido, os respondentes disseram conferir muitas vezes ou sempre as informações que recebem e consomem e, ao mesmo tempo, ressaltaram a necessidade de desconfiar, quando não de tudo, ao menos da maioria das informações, no sentido de verificação.

Quanto às percepções, os entrevistados acreditam, em linhas gerais, que os meios convencionais da imprensa tradicional têm credibilidade. Foi possível identificar que os formatos de circulação de desinformação variam, especialmente como correntes ou imitando a narrativa jornalística tradicional e que os aspectos mais relevantes para avaliar se uma informação é verdadeira são aqueles que seguem os padrões de produção jornalística e também as informações que estão presentes e devidamente fundamentadas em mais de três fontes diferentes. Predominantemente, para os estudantes, os adultos são os principais responsáveis pela circulação de desinformação, que é projetada pelo ambiente de radicalização política em que vivemos.

Apesar de a maioria assinalar que a veiculação de desinformação ocorre em ambos os espectros políticos, os dados apontam para um direcionamento da balança mais à direita, com os próprios usuários de redes sociais como

motivadores – sendo WhatsApp e Facebook o aplicativo de mensagem e a rede social, respectivamente, que mais contribuem para levar a desinformação adiante. Parte dos estudantes relata saber, na maioria das vezes ou totalmente, identificar distinções entre conteúdos verdadeiros e falsos, sendo títulos alarmistas e uso de temas polêmicos, fora de contexto, os elementos que mais ajudam na hora de diferenciar um e outro. Quanto à função da formação universitária, sustentam que o jornalista profissional é fundamental no combate à desinformação e concordaram que estudar Jornalismo os torna mais atentos ao ambiente onde esses conteúdos estão. Na sequência, concordaram total ou parcialmente que a universidade oferece recursos suficientes para uma formação sólida a respeito do problema da desinformação.

Foi possível traçar um panorama a respeito dos hábitos e das percepções dos estudantes da universidade em questão sobre o tema. Quanto às considerações que possam ser feitas, chegar a conclusões a respeito do tema é complexo, e qualquer solução apontada deve parecer insuficiente. Vale dizer: os resultados não podem ser generalizados, no entanto, pode ser apropriado, por outros pesquisadores, para ajudar a refletir sobre espaços universitários de contextos e regiões afastados dos grandes centros, com características específicas de composição das turmas e, por consequência, do entendimento delas sobre a área de formação. Essa condição dá sinais de quais tipos de jornalistas são formados e passarão a executar suas funções em diferentes áreas profissionais.

É preciso reconhecer as limitações impostas pelos recortes da pesquisa, tanto do ponto de vista geográfico quanto por ser apenas uma instituição de ensino em um contexto bastante específico. As perguntas, formuladas para não se estenderem demais, e para serem acessíveis ao público-alvo, foram reduzidas ou redirecionadas. Importa compreender, também, que outros questionamentos são possíveis, para ampliar o horizonte de pesquisas que tratam da desinformação em ambientes universitários – em específico no contexto brasileiro.

É fundamental pontuar que a complexidade do fenômeno a partir de discentes do ensino superior é muito maior do que coube abordar aqui. O universo de estudantes é reduzido, mas pode, por isso mesmo, jogar luz em locais em que discussões desse gênero não são tão comuns – e talvez esta seja uma possível contribuição, chegar a espaços até certo ponto isolados dos centros de debate da temática, especialmente em países europeus. É uma das oportunidades para pesquisas futuras, que também podem explorar, por exemplo, não apenas as condições trazidas pela pandemia, mas o pós-covid-19 e a reconfiguração do consumo e da circulação de (des)informação nesse novo panorama.

Compreende-se que é importante revisitar conceitos fundamentais do Jornalismo, como os de credibilidade e verdade no Jornalismo, além de procedimentos como a verificação e a composição narrativa das notícias, e reposicioná-los no contexto contemporâneo de radicalização, em especial nos ambientes digitais. Estas sugestões têm por base o posicionamento dos respondentes sobre a confiança na imprensa e a forma pela qual escolhem consumir os conteúdos. De certa forma, a reflexão sobre esse cenário por eles, enquanto estudantes de graduação, pode

despertar um pensamento articulado e crítico sobre a produção jornalística e o consumo de informação e os parâmetros de checagem e interpretação usados por eles enquanto profissionais e, ao mesmo tempo, pelos públicos.

No processo de formação, mantê-los alerta à necessidade de checar, consultar fontes confiáveis e confrontar informações enganosas, analisar, contextualizar e desconfiar pode ser uma atribuição reforçada por professores. Entram na conta a crítica e a alfabetização midiáticas; o debate a respeito do trabalho desenvolvido por agências de checagem e outras iniciativas; o hábito de questionar quando alguém compartilhar esse tipo de conteúdo; as ações a serem tomadas por governos, empresas e outras instituições no sentido de pressionar as gigantes da tecnologia diante da falta de transparência; e promover o pensamento científico para que siga desenvolvendo pesquisas sobre o tema, sem que, necessariamente, se desconecte da realidade. No entanto, se a sociedade constrói um novo ecossistema da informação, ainda que não estejam preparados, universidades e professores que ensinam jornalistas precisam adaptar-se às mudanças da profissão. Pode ser que nem todas as respostas saiam daí, mas ao menos algumas delas passam pela formação.

Referências

- Albuquerque, A. (2021). As fake news e o Ministério da Verdade Corporativa. *Revista Eptic*, 23(1), 124-141.
<https://periodicos.ufs.br/epctic/article/view/14670/11591>
- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211-36.
<https://doi.org/10.1257/jep.31.2.211>
- Bennett, W. L., & Livingston, S. (2021). *The disinformation age: politics, technology, and disruptive communication in the United States*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781108914628>
- Brisola, A., & Bezerra, A. (2018). Desinformação e Circulação de “Fake News”: distinções, diagnóstico e reação. *XIX Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação*, ENANCIB, Londrina, Paraná, Brasil.
<https://brapci.inf.br/index.php/res/download/124659>
- Catalina-García, B., Sousa, J. P., & Sousa, L. S. C. S. (2019). Consumo de noticias y percepción de fake news entre estudiantes de Comunicación de Brasil, España y Portugal. *Revista de comunicación*, 18(2), 93-115.
<https://doi.org/10.26441/RC18.2>
- Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br). (2020). Três em cada quarto brasileiros já utilizam a internet, aponta pesquisa TIC Domicílios 2019. *Cetic.br*. <https://cetic.br/pt/noticia/tres-em-cada-quatro-brasileiros-ja-utilizam-a-internet-aponta-pesquisa-tic-domiciliros-2019/>
- Christofoletti, R. (2019). *A crise do Jornalismo tem solução?* Estação das Letras e Cores.
- Correia, J. C. (2019). O novo ecossistema mediático e a desinformação como estratégia política dos populismos. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, 16(2), 23-32. <https://periodicos.ufsc.br/index.php/Jornalismo/article/view/1984-6924.2019v16n2p23/41933>
- Delmazo, C., & Valente, J. C. L. (2018). Fake News nas redes sociais online: propagação e reações à desinformação em busca de cliques. *Media&Jornalismo*, 18(32), 155-169. https://doi.org/10.14195/2183-5462_32_11
- Empoli, G. (2019). *Os engenheiros do caos: como as fake news, as teorias da conspiração e os algoritmos estão sendo utilizados para disseminar ódio, medo e influenciar eleições* (Tradução Arnaldo Bloch. 1 ed.). Vestígio.
- European Comission. (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.
<https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/6ef4df8b-4cea-11e8-be1d-01aa75ed71a1/language-en>
- Gil, A. C. (1987). *Métodos e técnicas de pesquisa social*. Atlas.
- Glisson, L. (2019). Breaking the Spin Cycle: Teaching Complexity in the Age of Fake News. *Libraries and the Academy*, 19(3), 461–484.
<https://muse.jhu.edu/article/729198>
- Head, A. J., Wihbey, J., Metaxas, P. T., MacMillan, M., & Cohen, D. (2018). *How Students Engage with News: Five Takeaways for Educators, Journalists, and Librarians*. Project Information Literacy Research Institute.
<http://www.projectinfolit.org/uploads/2/7/5/4/27541717/newsreport.pdf>
- Herrero-Diz, P., Conde-Jiménez, J., & Cózar, S. R. (2020). Teens' Motivations to Spread Fake News on WhatsApp. *Social Media + Society*, 6(3).
<https://doi.org/10.1177/2056305120942879>

- Herrero-Diz, P., Conde-Jiménez, J., Tapia-Frade, A., & Varona-Aramburu, D. (2019). The credibility of online news: an evaluation of the information by university students/La credibilidad de las noticias en Internet: una evaluación de la información por estudiantes universitarios. *Cultura y Educación*, 31(2), 407-435. <https://doi.org/10.1080/11356405.2019.1601937>
- Intervozes. (2019). *Desinformação: ameaça ao direito à comunicação muito além das fake news*. São Paulo. <https://app.rios.org.br/index.php/s/p9HoCNpPoPYQJc5>
- Kakutani, M. (2018). *A morte da verdade: notas sobre a mentira na era Trump* (Tradução de André Czarnobai e Marcela Duarte, 1 ed.). Intrínseca.
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2004). *Os elementos do Jornalismo* (Tradução de Waldir Dupont). Geração Editorial.
- Leite, L. R. T., & Matos, J. C. M. (2017). Zumbificação da informação: a desinformação e o caos informacional. *Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação*, 13(n. esp.), 2334-2349. <https://rbbd.febab.org.br/rbbd/article/view/918/941>
- Levitsky, S., & Ziblatt, D. (2018). *Como as democracias morrem*. Editora Schwarcz-Companhia das Letras.
- Lopes, M. I. V. (2005). *Pesquisa em comunicação*. Loyola.
- Lopes, P., Pereira, S., Moura, P., & Carvalho, Á. (2015). Avaliação de competências de literacia mediática: o caso português. *Revista Observatório*, 1(2), 42-61. [10.20873/uft.2447-4266.2015v1n2p42](https://doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2015v1n2p42)
- Marwick, A., & Lewis, R. (2017). *Media Manipulation and Disinformation Online*. Data&Society.
- Meditsch, E. (1997). O Jornalismo é uma forma de conhecimento? *Biblioteca Online de Ciências da Comunicação*. <http://www.bocc.ubi.pt/pag/meditsch-eduardo-Jornalismo-conhecimento.pdf>
- Mendiguren, T., Pérez Dasilva, J., & Meso Ayerdi. (2020). Actitud ante las fake news: Estudio del caso de los estudiantes de la Universidad Del País Vasco. *Revista de Comunicación*, 19(1), 171–184. <https://doi.org/10.26441/RC19.1-2020-A10>
- Pereira, S. (2021). *Crianças, Jovens e Media na Era Digital: Consumidores e Produtores?* UMinho Editora. <https://ebooks.uminho.pt/index.php/uminho/catalog/view/45/80/891>
- Posetti, J., & Matthews, A. (2018). *A short guide to the history of 'fake news' and disinformation*. International Centre for Journalists. https://www.icfj.org/sites/default/files/2018-07/A%20Short%20Guide%20to%20History%20of%20Fake%20News%20and%20Disinformation_ICFJ%20Final.pdf
- Posetti, J.; & Bontcheva, K. (2020). *Disinfodemic:Dissecting responses to COVID-19 disinformation*. UNESCO. https://en.unesco.org/sites/default/files/disinfodemic_dissecting_responses_covid19_disinformation.pdf
- Prazeres, M., & Ratier, R. (2020). O fake é fast? Velocidade, desinformação, qualidade do Jornalismo e media literacy. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, 17(1). [http://doi.org/10.5007/1984-6924.2020v17n1p86](https://doi.org/10.5007/1984-6924.2020v17n1p86)
- Ramonet, I. (2012). *A explosão do Jornalismo: da mídia de massas à massa de mídias*. Publisher Brasil.
- Reginato, G. (2019). *As finalidades do Jornalismo*. Insular.
- Santos-D'Amorim, K., & Miranda, M. K. F. O. (2021). Misinformation, disinformation, and malinformation: clarifying the definitions and examples in disinfodemic times. *Encontros Bibli*, 26. <https://periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/view/76900/45818>

- Tandoc Jr., E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2017). Defining 'fake news': A typology of scholarly definitions. *Digital Journalism*, 6(2), 137–153.
<https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>
- Tandoc Jr., E. C. (2019). The facts of fake news: a research review. *Sociology Compass*, 13(9). <https://doi.org/10.1111/soc4.12724>
- Tandoc Jr., E. C. (2021). Tools of Disinformation: How Fake News Gets to Deceive. Em B. Ang et al. *Disinformation and Fake News*. Palgrave MacMillan.
https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-981-15-5876-4_3
- Tejedor, S., Portalés-Oliva, M., Carniel-Bugs, R., & Cervi, I. (2021). Journalism Students and Information Consumption in the Era of Fake News. *Media and Communication*, 9(1), 338-350.
<https://www.cogitatiopress.com/mediaandcommunication/article/download/3516/3516>
- Varão, R. (2020). A dimensão ética do conceito de verdade e suas relações com o Jornalismo: antes e durante a pandemia. *18º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo*, Brasil.
<https://sbpjor.org.br/congresso/index.php/sbpjor/sbpjor2020/paper/viewFile/2761/1379>
- Waisbord, S. (2018). Truth is what happens to news. *Journalism Studies*, 19(13), 1866–1878. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1492881>
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking*. Council of Europe.
<https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-researc/168076277c>
- Wardle, C., Greason, G., Kerwin, K., & Dias, N. (2018). *Information disorder: The essential glossary*. Harvard, MA, USA: Shorenstein Center on Media, Politics, and Public Policy, Harvard Kennedy School. https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2018/07/infoDisorder_glossary.pdf

Sobre os autores

Luiz Henrique Zart

Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC, Brasil
 <https://orcid.org/0000-0001-9219-8197>

Doutorando e Mestre em Jornalismo pelo Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (PPGJOR/UFSC, 2024). Graduado em Jornalismo pela Universidade do Planalto Catarinense (Uniplac, 2016). Coordenador da Rede de Pesquisa Narrativas Midiáticas Contemporâneas (Renami) e Integrante do Grupo de Pesquisa Transverso: Estudos em Jornalismo, Interesse Público e Crítica. E-mail: luizhenriquezart@hotmail.com

Rita de Cássia Romeiro Paulino

Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC, Brasil
 <https://orcid.org/0000-0002-3020-7091>

Doutora em Engenharia e Gestão do Conhecimento, na área de Mídia e Conhecimento, pela Universidade Federal de Santa Catarina (2011). Professora no Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina. Faz parte da Rede de Pesquisa Aplicada Jornalismo e Tecnologias Digitais (JORTEC) e participa do Núcleo de Estudos e Produção em Hipermídia

aplicados ao Jornalismo do Grupo de Pesquisa Hipermídia e Linguagem. E-mail:
rcpauli@gmail.com

Participação na elaboração do manuscrito – Primeiro autor: proposta e execução do estudo, aplicação dos questionários, análise dos dados, redação do texto e formatação. Segunda autora: revisão do texto e no ajuste da redação.

Resumen

Este artículo estudió las percepciones de estudiantes de Periodismo de una universidad de la sierra de Santa Catarina (Brasil) sobre la desinformación. La investigación es descriptiva, exploratoria y la recolección se realiza mediante formulario en línea, con 24 preguntas, del 16 al 23 de abril de 2021. La muestra es no probabilística, por conveniencia, con 77 encuestados entre los 88 matriculados en el primer semestre de 2021. Los resultados indican: *fake news* es el término elegido para definir el fenómeno; se busca información en celulares con internet, en redes sociales y aplicaciones de mensajería. Destaca: la política y la salud son los temas más afectados, en corrientes o mimetizando contenidos periodísticos, por los adultos políticamente radicalizados hacia la derecha. Se concluye que es necesario desarrollar la capacidad crítica, planteando temas como la crítica mediática y la lucha contra la desinformación, para ser incentivada en las universidades, en la formación de los futuros periodistas - con planes de estudio que inviertan en la formación teórico-metodológica y epistemológico-reflexiva, no sólo la práctica de los estudiantes.

Palabras clave: Periodismo. Graduación. Desinformación.

Abstract

This article studied the perceptions of undergraduate Journalism students at a university in the *Serra Catarinense* region (Brazil) about disinformation. The research is descriptive and exploratory, and the data collection was done through an online form with 24 questions, from April 16 to 23, 2021. The sample is non-probabilistic, for convenience, with 77 respondents among the 88 enrolled in the first semester of 2021. The results indicate: *fake news* is the term chosen to define the phenomenon; information is sought on cell phones with internet, on social networks and messaging apps. It is worth noting that politics and health are the most affected topics, in chains or mimicking journalistic content, by adults politically radicalized to the right. It's concluded that it's necessary to develop critical capacity, raising issues such as media criticism and the fight against disinformation, to be encouraged in universities, in the training of future journalists - with curricula that invest in the theoretical-methodological and epistemological-reflective training, not just practical, of students.

Keywords: Journalism. Graduation. Misinformation.

Linhas Críticas | Periódico científico da Faculdade de Educação da Universidade de Brasília, Brasil
ISSN eletrônico: 1981-0431 | ISSN: 1516-4896
<http://periodicos.unb.br/index.php/linhascriticas>



Referência completa (APA): Zart, L. H., & Paulino, R. de C. R. (2024). Desinformação em sala: percepções de estudantes de Jornalismo. *Linhas Críticas*, 30, e51083. <https://doi.org/10.26512/lc30202451083>



Referência completa (ABNT): ZART, L. H.; PAULINO, R. de C. R. Desinformação em sala: percepções de estudantes de Jornalismo. *Linhas Críticas*, 30, e51083, 2024. DOI: <https://doi.org/10.26512/lc30202451083>

Link alternativo: <https://periodicos.unb.br/index.php/linhascriticas/article/view/51083>

Todas as informações e opiniões deste manuscrito são de responsabilidade exclusiva do(s) seu(s) autores, não representando, necessariamente, a opinião da revista Linhas Críticas, de seus editores, ou da Universidade de Brasília.

Os autores são os detentores dos direitos autorais deste manuscrito, com o direito de primeira publicação reservado à revista Linhas Críticas, que o distribui em acesso aberto sob os termos e condições da licença Creative Commons Attribution (CC BY 4.0):
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>