

O papel social do jornalista no contexto da desinformação¹

Maria Elisabete ANTONIOLI²
Escola Superior de Propaganda e Marketing, São Paulo, SP

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo refletir sobre o papel social do jornalista no contexto da desinformação, tendo em vista o problema existente no cenário comunicacional atual, em que as informações falsas, enganosas ou distorcidas afetam milhões de pessoas pelas redes sociais, e procuram deslegitimar o jornalismo e minar a confiança do público nas notícias publicadas. Nessa perspectiva, busca-se valorizar a produção jornalística como resposta ao combate da desinformação e do enfrentamento do problema apresentado no início. No presente trabalho, foram utilizadas uma pesquisa bibliográfica e uma pesquisa documental para fundamentar a discussão.

PALAVRAS-CHAVE: jornalista; notícia; desinformação.

O papel social do jornalista

O jornalista, no âmago de sua profissão, tem um papel social fundamental para o desenvolvimento de uma sociedade democrática, que vem se firmando ao longo dos anos. Isso não implica ausências de visões conflitantes nesse campo, como Érik Neveu (2006, p. 73) afirma: “Ao modelo de um jornalismo preso a valores de objetividade, de rigor deontológico, de distanciamento crítico e de análise, se opõem outras referências.” A reflexão aqui apresentada leva em consideração a Teoria da Responsabilidade Social, recuperada por Michael Kunczik (2006, p. 76) de Siebert et al, 1956, que aponta para a obrigação de uma imprensa responsável perante a sociedade e pelo cumprimento de seis funções, das quais quatro foram selecionadas como referência nesta discussão:

1. Servir ao sistema político, fazendo com que, em geral, a informação e a consideração dos assuntos públicos sejam acessíveis;
2. informar ao público para que este possa adotar uma ação autodeterminada;
3. proteger os direitos do indivíduo como vigilante do governo;
4. preservar sua autonomia financeira, para não vir a depender de interesses e de influências especiais.

Nessa perspectiva, é interessante rever a tese sobre jornalismo, datada de 1690, de Tobias Peucer, que aborda a preocupação que o profissional deve ter:

¹ Trabalho apresentado no GP Gêneros Jornalísticos, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Coordenadora e Professora do Curso de Jornalismo da ESPM-SP, email: elisabeteantonioli@hotmail.com.

Relaciono com a vontade do escritor de periódicos a credibilidade e o amor à verdade: não seja o caso que, preso por um afã partidário, misture ali temerariamente alguma coisa de falso ou escreva coisas insuficientemente exploradas sobre temas de grande importância (Peucer, p. 17. 2004).

Como é possível observar, as preocupações com o papel social do jornalista vêm de longa data. Quando Nelson Traquina (2005) traz à tona a discussão sobre “o que é jornalismo”, aponta para a realidade ao mencionar que, no jornalismo contemporâneo, o principal produto é a notícia, e tantos os acontecimentos como os personagens não são invenção dos jornalistas, portanto não se trata de ficção. O pesquisador comenta, ainda, que o maior pecado do jornalista é transgredir a fronteira entre a realidade e a ficção. Ao afirmar que o jornalismo é um conjunto de histórias, Traquina (2005, p. 21) diz: “Os jornalistas veem os acontecimentos como ‘histórias’ e as notícias são construídas como ‘histórias’, como narrativas, que não são isoladas de ‘histórias’ e narrativas passadas.”

Ainda em relação ao papel do jornalismo na sociedade, é interessante observar o rigor na conduta ética e nos códigos deontológicos da profissão que prevalecem como referências na atuação do jornalista. A conduta ética do jornalista exige um compromisso com a precisão e com a busca da verdade dos fatos para garantir que as informações sejam relatadas com exatidão. Isso implica em verificar a veracidade das fontes e checar os fatos. Envolve o respeito pelos direitos das pessoas envolvidas nas notícias, como também os seus impactos na sociedade. Os códigos deontológicos são fundamentais para garantir a credibilidade e a integridade do jornalismo. Ao aderir a esses princípios e diretrizes, os jornalistas podem desempenhar um papel vital na sociedade ao fornecerem informações que ajudam a manter os cidadãos informados e fortalecem a democracia. “Mas os códigos deontológicos não definem apenas os comportamentos desejáveis para os jornalistas; definem também os deveres dos jornalistas em relação aos outros membros da sociedade” (Traquina, 2005, p. 120).

Uma conduta ética ilibada, o domínio de conhecimentos humanísticos e a proficiência nas técnicas do fazer jornalístico figuram como pilares indispensáveis na base da formação profissional universitária do profissional. As organizações civis e sindicais, além da legislação, anteriores à formação universitária do jornalista, contribuíram, também, para a profissionalização do jornalista. Registraram-se, entre outras ocorrências, a criação da Associação de Imprensa, hoje Associação Brasileira de Imprensa (ABI), em 1908, do Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Rio de Janeiro, em 1934, do Sindicato dos Jornalistas do Estado de São Paulo, em 1937, e da Associação

Paulista de Imprensa, em 1939. O Decreto-lei n. 910, de 30 de novembro de 1938, dispôs sobre a duração e sobre as condições de trabalho em empresas jornalísticas.

O jornalismo é uma profissão que está associada a um trabalho voltado para a sociedade. “A teoria democrática reconhece, certamente, que os jornalistas têm uma competência específica, que é identificada, em primeiro lugar, com o fornecimento de informação à sociedade, ou seja, com as notícias” (TRAQUINA, 2005, p. 117-118). É exatamente em relação à informação produzida para a sociedade que os gêneros jornalísticos estão presentes, com destaque para a notícia, que informa o público sobre os fatos e o ajuda na compreensão do mundo ao seu redor.

A produção de notícias

Pesquisadores que se dedicam ao estudo da notícia exploram diversas perspectivas, muitas das quais convergem para a premissa de que a notícia deve ser produzida mediante o interesse público e com as técnicas jornalísticas em sua construção.

Nilson Lage (2005, p. 73) diz que “o texto básico do jornalismo é a notícia, que expõe um fato novo ou desconhecido, ou uma série de fatos novos ou desconhecidos do mesmo evento, com suas circunstâncias.” O autor afirma ainda que a notícia, na sua estrutura global, é um texto expositivo e que uma boa notícia não é a mais bem escrita, mas a verdadeira. “Nesse aspecto, o jornalismo tem uma confiança tal em seu discurso que se aproxima da ciência” (Lage, 2005, p. 82).

O pesquisador argumenta que o jornalista tende a considerar adequada a divulgação daquilo de que tem certeza, desde que haja interesse público. A respeito da sua estrutura, Lage (2003, p. 16) define a notícia “como o relato de uma série de fatos a partir do fato mais importante ou interessante; e de cada fato, a partir do aspecto mais importante ou interessante.”

Luiz Costa Pereira Junior (2006) considera que a apuração de informações implica em uma sequência de procedimentos em três momentos: no planejamento da apuração, na revisão do material apurado e na revisão das informações editadas. Nesse sentido, salienta que é necessário validar a informação com, pelo menos, duas fontes. Isso não significa que erros não ocorram. Mesmo com os mais rigorosos processos de apuração, há momentos em que podem surgir falhas de diversas formas, desde informações imprecisas fornecidas por fontes, até interpretações equivocadas dos jornalistas. Os profissionais da imprensa enfrentam desafios complexos diariamente,

lidando com prazos apertados, grande volume de informações e pressões externas. Em meio a esse ambiente dinâmico, é inevitável que, ocasionalmente, ocorram lapsos na apuração ou na interpretação dos acontecimentos. Contudo, quando erros são cometidos, é importante corrigi-los o mais rápido possível, de maneira transparente e responsável. Isso inclui retratar-se publicamente, retificar informações imprecisas e fornecer contextos adicionais. É por meio do compromisso com a transparência e a precisão que se fortalece a credibilidade do jornalismo e se preserva sua função vital na sociedade.

“A notícia é a matéria-prima do jornalismo”. Essa é a definição de Mario Erbolato (2003, p.49-50) que afirma também: “comerciar e trabalhar com as notícias constitui a função básica dos jornais”. Para o pesquisador, a notícia é considerada completa quando proporciona ao leitor a ideia exata do acontecimento. Erbolato ainda aponta para as diferenças da divulgação de um fato: informação, interpretação e opinião, sendo que o último elemento é considerado outro gênero jornalístico, conforme os estudos de José Marques de Melo (1985).

Rogério Christofolletti (2008, p. 11) traz para a discussão a ética no jornalismo, ao afirmar que “no exercício do cotidiano da cobertura dos fatos que interessam à sociedade, a conduta ética se mistura com a própria qualidade técnica de produção do trabalho”. A ética no jornalismo é um pilar fundamental que sustenta a credibilidade e a integridade da profissão. Em um mundo em que a informação é uma das principais forças que moldam a opinião pública, os jornalistas têm a responsabilidade de, além de relatar os fatos de forma objetiva, ter como norte a imparcialidade, respeitar os princípios éticos em todas as etapas do processo jornalístico. Isso implica em ouvir e considerar diferentes pontos de vista, garantindo uma representação equilibrada dos acontecimentos. Os jornalistas buscam múltiplas fontes, cruzam dados e verificam a veracidade das informações antes de publicá-las. Devem respeitar os direitos individuais e evitar invadir a privacidade das pessoas sem justificativa legítima. Isso inclui o cuidado ao divulgar informações sensíveis ou que possam causar danos injustificados. Portanto, a ética se constitui na base sobre a qual se constrói a confiança do público e se preserva a integridade da profissão jornalística.

A produção de desinformações

Se a notícia é a matéria-prima do jornalismo, como afirma Mario Erbolato (2003), a desinformação é caracterizada pelas informações falsas, enganosas ou

distorcidas e, em grande parte, tem o objetivo de manipular a opinião pública, de ganhar influência ou de promover agendas específicas. A desinformação tem se manifestado de várias formas, desde teorias da conspiração até notícias fabricadas, memes virais e falsos boatos.

Esse fenômeno, embora seja antigo, tem se propagado com grande força a partir do século XXI, com a ascensão da Internet e das mídias sociais, e com severas consequências à sociedade. As plataformas digitais proporcionaram um espaço poderoso para a propagação de teorias da conspiração e informações falsas. Bots automatizados e trolls pagos são frequentemente utilizados para amplificar narrativas falsas nas redes sociais. No Brasil, o WhatsApp tem sido uma ferramenta robusta para disseminar desinformação. Conforme o Relatório Reuters de 2020, no Brasil o WhatsApp é a plataforma em que as pessoas têm mais preocupação com a desinformação, termo conhecido popularmente como “Fake News” e contestado por Claire Wardle (2020, p. 9), que aponta:

A maior parte desse conteúdo nem é falso; muitas vezes é verdadeiro, usado fora de contexto e armado por pessoas que sabem que falsidades baseadas em um núcleo de verdade têm mais probabilidade de serem tomadas como verdade e compartilhadas. Além disso, a maior parte disso não pode ser descrita como “notícia”. São rumores à moda antiga, memes, vídeos manipulados, “anúncios micro-localizados” hipersegmentados e fotos antigas compartilhadas novamente como se fossem novas. O fracasso do termo em capturar nossa nova realidade é uma razão para não usarmos o termo “fake news”.

A pesquisadora (2020, p. 9) afirma, também, que esse termo tem sido usado por políticos no mundo todo com o objetivo de desacreditar e de atacar o jornalismo profissional. Para a pesquisadora: “as palavras são importantes e, por esse motivo, quando os jornalistas usam o termo “fake news” em suas reportagens, dão legitimidade a uma frase inútil e cada vez mais perigosa.”

Claire Wardle e Hossein Derakhshan (2017) discutem o conceito de desinformação, que abrange diversos fenômenos, e tem em comum a disseminação de informações enganosas. Os pesquisadores apontam três categorias do ambiente de desordem da informação: desinformação (*disinformation*) - informação falsa criada propositalmente para prejudicar uma pessoa, um grupo social, uma organização ou um país; informação errada/incorrecta (*misinformation*) - realizada com dados imprecisos, mas que não tem a intenção de causar dano; má informação/mal informação (*mal-information*) - baseada em acontecimentos reais, mas usada para infligir danos a uma pessoa, organização ou país.

Wardle (2020) identifica sete tipos distintos de conteúdos problemáticos no ambiente de desordem informacional: os três primeiros são considerados de “dano baixo”: Conteúdo Enganoso: uso enganoso de informações para enquadrar um problema ou indivíduo; Conexão Falsa: quando manchetes, imagens ou legendas não dão suporte ao conteúdo; Sátira ou Paródia: nenhuma intenção de causar dano, mas com potencial para enganar. Os outros quatro, são considerados de “alto dano”: Conteúdo Fabricado: novo conteúdo 100% falso, criado para enganar e causar danos; Conteúdo Manipulado: quando informações ou imagens genuínas são manipuladas para enganar; Conteúdo Impostor: quando fontes genuínas são imitadas; Contexto Falso: quando o conteúdo genuíno é compartilhado com informações contextuais falsas.

Os conteúdos tratados pela pesquisadora têm sido veiculados ininterruptamente ao longo dos anos e compartilhados pelas redes sociais, sobretudo em relação a temas políticos, econômicos e de saúde, afetando as populações do mundo inteiro. É possível verificar que prejuízos à democracia e tentativas de enfraquecê-la têm sido causados pelas desinformações que procuram minar as instituições democráticas, distorcer o processo político, dificultar a tomada de decisões dos cidadãos baseadas em fatos e, além de tudo, descredibilizar o jornalismo. Notícias falsas ou enganosas sobre questões econômicas muitas vezes influenciam negativamente os mercados financeiros, causam volatilidade e afetam o bem-estar econômico de indivíduos e de comunidades. Os riscos à saúde pública se tornam mais graves quando as pessoas acreditam em desinformações e tomam decisões, como rejeitar vacinas, adotar tratamentos não comprovados ou ignorar medidas de prevenção de doenças. No Brasil, o período da pandemia da COVID-19 foi marcado por uma série de mortes que poderiam ter sido evitadas se as pessoas tivessem tomado a vacina e não acreditado em desinformações de toda ordem, cujo objetivo era o de desqualificá-la. Conforme informações disponíveis no G1, de 7 de março de 2022, uma pesquisa da Avaaz de maio de 2020 apontou que 9 a cada 10 entrevistados recebeu pelo menos uma mensagem falsa sobre a Covid-19 e mais de 70% acreditaram nessas mensagens.

Outra questão que faz parte do complexo cenário da desinformação é o chamado viés de confirmação, termo cunhado pelo psicólogo inglês Peter Wason na década de 1960, que se refere à tendência que o indivíduo tem de buscar informações e grupos que confirmem suas crenças. Por isso, os criadores de informações falsas usam estratégias para garantir a propagação contínua de suas histórias (por exemplo, via compartilhamento em redes sociais), que vão ao encontro das crenças de seus consumidores.

No mundo atual, em que a informação flui livremente através de uma infinidade de canais, distinguir entre notícia e desinformação tornou-se uma habilidade crucial para os consumidores de informação. Embora ambas possam parecer semelhantes à primeira vista, existem diferenças fundamentais nos seus conteúdos que necessitam ser compreendidas pelas pessoas. Enquanto indivíduos com más intenções, em sua maioria, disseminam desinformações e contribuem ainda mais para aprofundar as divisões sociais e políticas, aumentando a polarização e minando a coesão social, outros, como os jornalistas, seguem na busca pela verdade factual.

A contribuição dos jornalistas: notícia, checagem e combate à desinformação

Ao longo dos anos, os jornalistas têm prestado um serviço essencial à sociedade, por intermédio de diversas funções nas mídias com o objetivo de produzir notícias, grandes reportagens e outros textos, vídeos ou áudios dos diversos gêneros e formatos jornalísticos. Com o advento das mídias digitais e sociais, surgiram outras funções no mundo do trabalho dos jornalistas, como curadoria de conteúdo, gestão de redes sociais e produção de conteúdo multimídia, entre outras. Essas mudanças refletem a necessidade de adaptação às novas plataformas e formatos de comunicação bem como a demanda por uma abordagem mais abrangente e dinâmica do jornalismo contemporâneo. Nesse cenário, é importante mencionar que o rigor na checagem dos fatos, que sempre fez parte das rotinas produtivas do profissional, ganhou relevância nos últimos anos, devido ao crescente número de desinformação que é compartilhado principalmente pelas redes sociais. Atualmente, além do rigor do jornalista na checagem de fatos que visa garantir a precisão e a veracidade das informações apresentadas no jornalismo, um outro objetivo de checagem faz parte de sua rotina também, a checagem da desinformação, que tem como propósito desmentir informações falsas e enganosas que são disseminadas com o intuito de manipular ou de confundir o público. Ambas as práticas são essenciais para promover a transparência, a credibilidade e a responsabilidade no jornalismo. Nesse sentido, várias organizações de mídia estabeleceram equipes especializadas em fact-checking, como Fato ou Fake, serviço criado pelo Grupo Globo. Além disso, no Brasil, foram criadas agências de checagem independentes, como por exemplo, Lupa, Comprova e Aos Fatos, que desempenham um papel relevante na identificação de informações falsas e no esclarecimento ao público. Sobre sua política editorial, no site da Agência Aos Fatos, consta: “A checagem de fatos é um método jornalístico por meio do qual é possível

certificar se a informação apurada foi obtida por meio de fontes confiáveis e, então, avaliar se é verdadeira ou falsa, se é sustentável ou não.”

É interessante destacar que, em 2003, nos Estados Unidos, foi criada a FactCheck.org, uma organização sem fins lucrativos e uma das principais agências de checagem de fatos norte-americanas. Assim como a FactCheck.org, as agências brasileiras de checagem de fatos buscam examinar declarações feitas por políticos, autoridades, organizações e outras figuras públicas, com o intuito de verificar a veracidade das informações apresentadas. Sistemáticamente, empregam métodos de investigação jornalística, como pesquisa de documentos, consulta a especialistas e verificação de múltiplas fontes, para determinar a precisão das declarações examinadas. Essas iniciativas são fundamentais para manter a integridade do jornalismo e fornecer ao público acesso a informações confiáveis e precisas, em contraposição às inúmeras informações falsas que circulam no espaço digital.

Assim, as funções do jornalista ganham amplitude ao filtrar e contextualizar as informações para o público, ajudando a prevenir a disseminação de desinformação. Ao aplicar seus conhecimentos e habilidades, os jornalistas desempenham um papel preponderante na promoção de uma esfera pública informada e consciente. Observa-se que os profissionais podem, ainda, oferecer cursos e palestras de educação midiática à sociedade para que ela alcance melhores condições para identificar desinformações. É o caso, por exemplo, do projeto Comprova, que ofereceu no ano de 2022, um minicurso gratuito de educação midiática, de 10 dias pelo WhatsApp, para pessoas com mais de 60 anos para identificarem boatos e desinformação que circulam nas redes sociais e em aplicativos de mensagens. Os jornalistas Lillian Witte Fibe e Boris Casoy, embaixadores do Media Wise no Brasil, conduziram o minicurso. O curso é uma versão em português do *MediaWise for Seniors* – um programa de educação midiática desenvolvido para adultos da organização sem fins lucrativos Poynter Institute dos Estados Unidos.

Três pesquisadores da ESPM-SP³ realizaram uma pesquisa com 347 idosos que participaram desse minicurso, realizado entre os dias 5 de maio e 18 de agosto do mesmo ano, cujo objetivo foi aferir se essas pessoas alcançaram melhores condições para identificar a natureza falsa ou verdadeira de uma informação, após concluírem o curso. A empresa de coleta e soluções em pesquisa AB Evne coletou os dados com o grupo

³ Professores: Cléber da Costa Figueiredo, Maria Elisabete Antonioli, Patrícia Guimarães Gil.

selecionado de idosos, no primeiro estágio, monitorou a realização do curso e coletou os dados do segundo estágio, após a conclusão.

Conforme informações constantes no artigo “A efetividade de um programa de alfabetização em mídia digital para idosos brasileiros” publicado pela revista Comunicação, Mídia e Consumo, em 2023, embora o grupo desconhecesse ferramentas de letramento digital, após o curso a leitura lateral passou a ser o diferencial para a determinação da veracidade de boa parte das notícias, já que os respondentes afirmaram ter ido procurar pelos textos originais ou relacionados. O curso de letramento digital cumpriu o seu objetivo, uma vez que foi capaz de alavancar a chance de o idoso reconhecer a natureza verdadeira ou falsa das notícias que foram apresentadas após o curso, sendo a hipótese aventada verdadeira (Figueiredo; Antonioli; Gil, 2023, p.237).

Essa, entre outras iniciativas, procura contribuir para que mais pessoas sejam alfabetizadas midiaticamente e consigam discernir o que é notícia e o que é desinformação.

Considerações finais

Enfrentar o desafio da desinformação requer uma colaboração global entre governos, empresas de tecnologia, organizações da sociedade civil, o público em geral e os jornalistas. Somente por meio de um esforço coletivo, podemos preservar a integridade da informação e fortalecer os fundamentos de uma sociedade democrática e informada.

Em especial, no que se refere ao trabalho do jornalista, são relevantes as palavras de A. G Sulzberger⁴ (2023, p. 9) que afirma:

O jornalismo independente é exatamente o fortificante de que o mundo necessita em um momento no qual a polarização e a desinformação abalam o alicerce de democracias liberais e minam a capacidade da sociedade de enfrentar os desafios existenciais da era, incluindo a desigualdade, a disfunção política e o crescente impacto de mudanças climáticas.

É desse jornalismo que a sociedade necessita. De jornalistas que possam ser agentes de mudança social. Ao reportar notícias, o jornalista fornece às pessoas as informações necessárias para compreender os eventos que afetam suas vidas, permitindo-lhes tomar decisões e participar ativamente da sociedade. Mas é necessário também que a sociedade acredite no jornalismo e, nesse sentido, combater a desinformação é

⁴ A. G Sulzberger é presidente do Conselho da The New York Times Company e Publisher do New York Times.

fundamental para que o trabalho social do jornalista continue a ser indispensável na construção de um mundo mais justo, informado e democrático.

REFERÊNCIAS

AOS FATOS. **O que é checagem de fatos — ou fact-checking?** Disponível em: <https://www.aosfatos.org/checagem-de-fatos-ou-fact-checking/>. Acesso em: 12 mar. 2024.

CHRISTOFOLETTI, Rogério. **Ética no jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2008.

ERBOLATO, Mário. **Técnicas de codificação em jornalismo**. Redação, captação e edição no jornal diário. São Paulo, Ática, 2003.

FIGUEIREDO, Cléber da Costa; ANTONIOLI, Maria Elisabete; GIL, Patrícia Guimarães. A efetividade de um programa de alfabetização em mídia digital para idosos brasileiros. **Comunicação, Mídia e Consumo**. São Paulo, v. 20, n. 58, 2023. Disponível em: <http://revistacmc.espm.br>. Acesso em: 10 dez. 2023.

G1. **Fato ou Fake: Por que as pessoas acreditam em fake news?** Disponível em: <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2022/03/07/fato-ou-fake-por-que-as-pessoas-acreditam-em-fake-news.ghtml>. Acesso em: 10 jan. 2024.

LAGE, Nilson. **Estrutura da Notícia**. São Paulo: Ática, 2003.

LAGE, Nilson. **Teoria e Técnica do Texto Jornalístico**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

MARQUES DE MELO, José. **A opinião no jornalismo brasileiro**. Petrópolis: Vozes, 1985.

PEREIRA JUNIOR, Luiz Costa. **A apuração da notícia**. Métodos de investigação na imprensa. Petrópolis: Editora Vozes, 2006.

REUTERS Institute for the Study of Journalism. **Reuters Institute Digital News Report 2020**. Oxford: Oxford University, 2020. Disponível em: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf. Acesso em: 21 mar. 2021.

SULZBERGER, A. G. O valor essencial do jornalismo. **Revista de Jornalismo ESPM**. Edição Brasileira da Columbia Journalism Review, v. 32, 2023.

TOBIAS, Peucer. Trad. Paulo da Rocha Dias. Os Relatos Jornalísticos. **Estudos em Jornalismo e Mídia**. V. I. 2. sem. 2004.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**. Porque as notícias são como são. V.I. 2. Ed. Florianópolis: Insular, 2005.

WARDLE, Claire. **Understanding information disorder**. First Draft News, 2020. Disponível em: <https://firstdraftnews.org/long-form-article/understanding-information-disorder/>. Acesso em 27. jan. 2022

WARDLE, Claire. **Guia Essencial da First Draft para entender a desordem informacional**. First Draft, 2020. Disponível em: https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2020/07/Information_Disorder_Digital_AW_PTBR.pdf?x75440. Acesso em: 22. maio 2021.

WARDLE, Claire; DERAKHSHAN, Hossein. **Information disorder: toward an interdisciplinary framework for research and policy making**. Council of Europe, 2017. Disponível em: <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c>. Acesso em 27. jan. 2022.