



Desinformação e transparência: estudo sobre o efeito da terceira pessoa na atuação jornalística

Francisco Gilson Rebouças Porto Junior¹

Núcleo OPAJE/PPGCOM/PROFNIT/Universidade Federal do Tocantins (UFT)

Resumo: A onda de desinformação nas notícias jornalísticas com cunho político e social no meio brasileiro invadiu o fazer diário do jornalista. Partiu-se da hipótese central que os profissionais da comunicação, sobretudo jornalistas, evitariam filtrar as informações quando entendiam que essas tinham cunho negativo, já que se pressupõe objetividade, veracidade e fidedignidade no trabalho jornalístico. O que se buscou nesse estudo foi compreender como o efeito da terceira pessoa age sobre profissionais da comunicação. Utilizam-se nesse trabalho aportes teóricos de Davison (1983), Perloff (1993) e Porto Jr (2009, 2018) para se problematizar as questões centrais de estudo sob o olhar da hipótese do efeito da terceira pessoa.

Palavras-chave: Efeito da terceira pessoa; comunicação; jornalistas; fake news; profissão.

1. Introdução

O campo das práticas formativas, sobretudo em comunicação social, tem se tornado desafiador nos últimos anos devido ao movimento de desinformação, que reinaugura práticas de falseamento das informações. Mesmo possuindo diretrizes de atuação e checagem, que permitem uma verificação, ainda é amplo no campo do jornalismo a

¹ Professor da Universidade Federal do Tocantins (UFT). Doutor em Comunicação pela Universidade Federal da Bahia (UFBA). E-mail: gilsonportouft@gmail.com.

dificuldade em comprovar as notícias de uma forma na mesma velocidade em que são produzidas e distribuídas.

Partiu-se da hipótese central que os profissionais da comunicação, sobretudo jornalistas, evitariam filtrar as informações quando entendiam que essas tinham cunho negativo, já que se pressupõe objetividade, veracidade e fidedignidade no trabalho jornalístico (SALAVERRÍA et al., 2020; SOARES et al., 2019; SPOHR, 2017; TANDOC JR et al., 2018). O que se buscou nesse estudo foi compreender como o efeito da terceira pessoa age sobre profissionais da comunicação, sobretudo jornalistas, e partindo disso verificar se esses comunicadores são afetados (ou se reconhecem influências) na escolha das notícias para publicar, editar ou até mesmo não publicar determinados conteúdos noticiosos (CHRISTEN; GUNTHER, 2003; DILLARD; WEBER, 2007; HUGE; GLYNN; JEONG, 2006). Esta pesquisa, sob a óptica da hipótese do efeito da terceira pessoa, apresentou notícias aos profissionais da comunicação no Estado do Tocantins objetivando verificar como esses comunicadores avaliam os conteúdos para publicação. É nesse contexto de selecionador, que é possível sentir os efeitos de terceira pessoa nas práticas jornalísticas. A hipótese do efeito da terceira pessoa parte do pressuposto de *efeitos imaginados*.

2. A hipótese do efeito da terceira pessoa

A hipótese do efeito da terceira pessoa foi cunhada por W. Phillips Davison em 1983, no artigo intitulado “The Third-Person Effect in communication” onde ele aponta a possibilidade de que uma pessoa exposta à comunicação persuasiva na mídia massiva vê isso como de grande efeito nos demais (outros) do que em si mesmo (eu). Para ele,

[...] seu maior impacto não será em “mim” ou “você”, mas “neles” – as terceiras pessoas. Por outro lado, do ponto de vista de um propagandista, ou outro comunicador persuasivo, as terceiras pessoas são aqueles que estão de alguma forma preocupados com as atitudes e comportamento do público alvo. (p.3)

Para estruturar sua percepção, Davison (1983) utilizou-se de quatro situações que tendem a sustentar essa hipótese. As situações envolviam pesquisas empíricas utilizando, na maioria dos casos, estudantes universitários de Comunicação Social, no período de 1978 a 1982. Nos quatro experimentos, perguntava-se, entre outras questões, qual o efeito que eles percebiam que certa situação causava neles (eu) e nos outros (ter-

ceira pessoa). Os resultados dos quatro experimentos tendem a indicar a presença de um efeito de terceira pessoa. É claro que, em primeiro momento, essa hipótese parece meio vaga, até sem sustentação, já que “cheira ao óbvio”, o que já era discutido pela psicologia comportamentalista dos anos 1960-1970, não exigindo pesquisas empíricas adicionais para se fazer afirmações e/ou conjecturas.

Partindo-se dessa percepção de Davison (1983), Perloff (1993), retomou o estudo original, indicando algo que não era discutido com ênfase até então:

[...] o efeito da terceira pessoa não emerge em todas as circunstâncias e para todas as pessoas. O efeito parecer tender particularmente a aparecer quando as mensagens contêm recomendações que não são percebidas como pessoalmente benéficas, quando os indivíduos percebem que a questão é pessoalmente importante e quando percebem que abriga um preconceito negativo. (p.167)

Essa era uma questão nova: não há efeito de terceira pessoa “em todas as circunstâncias e para todas as pessoas”. Perloff (1993) podia afirmar isso com base na revisão de quatorze estudos publicados desde Davison (1983).

De lá para cá, diversos estudos foram produzidos nas mais diferentes áreas e campos do saber, principalmente visando a ação jornalística. Vejamos alguns desses estudos com impactos no fazer jornalístico no Estado do Tocantins.

Adrian, Gomes e Porto Junior (2018) investigaram e analisaram o efeito da influência da mídia, sob a hipótese do efeito em terceira pessoa, em estudantes secundaristas e egressos do Colégio da Polícia Militar do Tocantins, acerca de notícias que versam sobre ações policiais veiculadas nos meios de comunicação de massa. O estudo buscou avaliar como os estudantes refletem sobre as notícias que a mídia veicula sobre ações policiais e como tais notícias exercem influência sobre eles, sobre seus amigos e familiares e sobre pessoas que não lhes são próximas, testando a teoria do efeito em terceira sobre uma notícia escolhida pelos pesquisadores. Os autores destacaram que o efeito foi mais acentuado no grupo de ex-alunos, fato que surpreende tendo em vista que os ex-alunos não possuem mais contato diário com policiais militares, por isso, acreditava-se que os alunos que ainda estudam na escola estariam mais sujeitos ao efeito da terceira pessoa.

Rocha e Porto Junior (2018) discutiram a percepção de jornalistas sobre manchetes de sites de notícias no Estado do Tocantins objetivando verificar como esses comu-



nicadores avaliam conteúdos para publicação. Partindo das temáticas sobre jogos violentos; vida dos famosos; esportes marciais/ esportes lutas; e músicas para, assim, entender se esses profissionais publicariam os conteúdos da forma que estão ou se eles fariam alguma alteração no material apresentado. O Efeito da Terceira Pessoa se manifesta por meio da censura de alguns conteúdos ou se seriam realizadas alterações, algum tipo de filtro, antes de serem publicados.

Ferreira e Menezes (2018) abordaram a presença do efeito da terceira pessoa no campo da produção audiovisual, no que se refere à percepção dos produtores audiovisuais sobre a influência dos conteúdos audiovisuais veiculados na TV aberta ou paga na opinião pública e em si mesmos. Trata-se de uma pesquisa exploratório a partir da análise de conteúdo resultante da aplicação de questionário junto a profissionais ligados ao audiovisual do Tocantins, mas aberto a produtores de todo Brasil. As autoras concluem destacando a presença do efeito da terceira pessoa e frisando que crença de que a pessoa que está envolvida de alguma forma na produção de conteúdo está imune a discursos ideológicos reforça ainda mais esse efeito.

Porto Junior (2018) realizou um estudo sobre o efeito da terceira pessoa no espaço formativo da área de comunicação/jornalismo. O autor analisa algumas práticas e possíveis efeitos das notícias em sala de aula. O estudo concluiu que 53,8% dos homens afirma que as notícias influenciam a percepção individual (o “eu”) sobre assuntos pedagógicos em sala de aula, porém quando indagados quanto a influência sobre outros (“quaisquer outros”) o percentual sobe para 82,2% de percepção de influência. Já para o “outro, porém com a mesma formação do pesquisado”, esse percentual diminui para 80,5% de percepção de influência. De qualquer forma, o autor encontrou diferenças significativas no caso da percepção sobre outras pessoas, confirmando o efeito da terceira pessoa.

Melo et al. (2018) trazem uma revisão bibliográfica sobre a transformação do contexto do trabalho para analisar o efeito da terceira pessoa nas mudanças sofridas pelos profissionais do jornalismo. No recorte realizado com os jornalistas de Tocantins ficou evidente a teoria da terceira pessoa na análise do trabalho. Porém os autores destacam que, na maioria dos momentos, apesar de confirmar o que inicialmente a teoria tem como hipótese, de que a visão sobre o outro costuma ser mais negativa do que a própria

visão, esse conceito oscila em algumas respostas dos jornalistas, demonstrando uma frustração diante do cenário do trabalho profissional e em alguns momentos, contradições nas respostas, demonstrando insegurança quanto a própria realidade.

Santos e Xerente (2018) buscaram testar a teoria do efeito da terceira pessoa no compartilhamento de Fake News. Para isso elaboraram um questionário e o aplicaram para estudantes no campus universitário de Palmas/TO. O questionário verificou as hipóteses relativas ao compartilhamento de Fake News, qual a percepção dos estudantes sobre Fake News e se é possível aplicar a teoria do efeito da terceira pessoa no quesito compartilhamento de Fake News. Os autores comprovaram a presença do efeito em estudantes universitários do Tocantins, sendo que esses acreditam que o efeito de compartilhamento se aplica ao outro, terceira pessoa, também que os estudantes universitários são favoráveis a criação de leis que controlem os conteúdos midiáticos.

Silva et al. (2018), discutem a pesquisa empírica sobre como o efeito da terceira pessoa pode afetar os participantes do grupo escolhido, a partir de uma Fake News sobre o Caso Marielle Franco. O grupo investigado foi escolhido na perspectiva de analisar a existência da percepção de que outros podem ser influenciados, ou não, por uma Fake News. As autoras apontam a presença do efeito e que 93% dos participantes apontaram a notícia como violenta, racista, pejorativa e mentirosa.

Silva e Demarchi (2018) buscaram discutir as imagens dos povos indígenas representadas através de charges. O material coletado, evidencia a presença de preconceitos sobre os povos indígenas, comprovando a existência da hipótese do “efeito de terceira pessoa” por meio de pesquisa quali-quantitativa. Concluem que as charges, mesmo trabalhando suas causas com uma linguagem crítica de protesto, causam polissemias, carregam estereótipos e “ideias equivocadas” sobre os povos indígenas que são partilhadas com o senso comum, trazendo à tona preconceitos silenciadores evidenciados através do efeito de terceira pessoa.

Moreira, Garcez e Leite (2020) analisaram o conteúdo das mensagens vazadas (e o comportamento de seus principais agentes, como o ex-juiz e ex-ministro da Justiça Sérgio Moro) da principal operação de combate a corrupção no Brasil dos últimos anos, a famigerada Operação Lava Jato e seus efeitos perceptivos para as populações de São Luís (MA) e Palmas (TO), sob a égide teórica do ‘efeito de terceira pessoa’. A confir-

mação da hipótese é entre homens palmenses entrevistados. Também se destacou que os participantes tenderam a apresentar efeitos de terceira pessoa diante de conteúdos avaliados como negativos/nocivos ou indesejáveis, esses dados mostram que as/os participantes também apresentam comportamento semelhante, quando acreditam que a mídia influencia mais aos outros do que a si mesmo, quando se fala no assunto das mensagens vazadas pela Lava Jato, tema que envolve política, corrupção, justiça.

3. Como construímos o estudo: um breve caminho metodológico

Para nossa investigação, aplicamos um instrumento elaborado para 190 informantes que desenvolvem atividades profissionais em veículos noticiosos nas cidades de Palmas, Araguaína e Gurupi, principais cidades do Estado do Tocantins. O instrumento elaborado teve sua validade testada em outra pesquisa de campo, já divulgada², com alguns ajustes no foco do questionamento.

Os informantes pesquisados foram selecionados de forma aleatória, dentre um determinado público profissional, que desenvolvessem atividades jornalísticas, desde a produção até a finalização das notícias.

Para o tratamento das informações, utilizamos o programa estatístico SPSS – Statistical Package of Social Science, versão 14.0, licenciado para o pesquisador sob nº 9683095. Foi elaborado um banco de dados e realizado a tabulação, a depuração dos dados e revisão das respostas e, finalmente, o cruzamento das variáveis.

Quanto ao questionário, ele foi composto de 10 questões, sendo as primeiras três destinadas ao corte de sexo, faixa etária e grau de instrução/titulação e, as outras sete destinadas a captar a percepção dos pesquisados sobre os efeitos da mídia sobre práticas profissionais e a publicação de notícias.

4. Resultados e questionamentos: a (desin)formação em destaque

Nosso foco neste trabalho é a hipótese da terceira pessoa e a possível influência sobre as práticas jornalísticas executadas nos espaços laborais. Nesse sentido, ao anali-

² Publicado em: Pôrto Junior, Francisco Gilson R. Entre Fronteiras: explorando o efeito da terceira pessoa. In: **Estudos em Jornalismo e Mídia**, n. 2 pp. 45 - 59 jul./dez. 2009.



sarmos as tabelas 1, 2 e 3 encontramos alguns indicativos interessantes. Elas foram cruzadas com a variável “sexo”, para fins de comparação.

Tabela 1 – Notícias influenciam a percepção individual sobre notícias que serão publicadas (%)

Sexo	Notícias influenciam a percepção individual sobre notícias que serão publicadas		Total
	Sim	Não	
Masculino	53,6%	46,4%	100,0
Feminino	72,2%	27,8%	100,0

Tabela 2 – Notícias influenciam a percepção dos outros que não tem a mesma formação do pesquisado sobre notícias que serão publicadas (%)

Sexo	Notícias influenciam percepção de outros que não tem a mesma formação		Total
	Sim	Não	
Masculino	82,2%	17,8%	100,0
Feminino	69,9%	30,1%	100,0

Tabela 3 – Notícias influenciam a percepção de outros com a mesma formação do pesquisado sobre notícias que serão publicadas (%)

Sexo	Notícias influenciam percepção de outros que tem a mesma formação		Total
	Sim	Não	
Masculino	79,5%	20,5%	100,0
Feminino	92,3%	7,7%	100,0

Como se observa nas tabelas, 53,6% dos homens afirma que as notícias influenciam a percepção individual (o “eu”) sobre notícias que serão publicadas e a filtragem dessas, porém quando indagados quanto a influência sobre outros (“quaisquer outros”) o percentual sobe para 82,2% de percepção de influência. Já para o “outro, porém com a mesma formação do pesquisado”, esse percentual diminui para 79,5% de percepção de influência. De qualquer forma, encontramos uma diferença significativa de 28,6%, no caso da percepção sobre “qualquer outro” e 25,9% no caso do “outro” com a mesma formação do pesquisado.

No caso das mulheres, a situação é um pouco diferente da encontrada anteriormente. Nas tabelas percebe-se um percentual de 72,2% de mulheres que afirmam que as notícias influenciam a percepção individual (o “eu”) sobre assuntos a serem publicados. Quando indagadas quanto à influência sobre outros (“quaisquer outros”) o percentual cai 69,9%. Já para o “outro, porém com a mesma formação do pesquisado”, esse percentual sobe para 92,3% de percepção de influência.

Como percebemos, essas diferenças no caso do “eu”, dos “outros” (quaisquer outros) e do “outro, com a mesma formação”, revela a existência da percepção de que outros podem ser influenciados, isto é, o efeito da terceira pessoa em evidência. Parece ser mais fácil imaginar que o outro é mais suscetível a influências e, que, no caso das práticas pedagógicas em sala de aula, o “outro” as deve modificar ou transformar com base na própria percepção individual.

Também sobre notícias que serão publicadas e uma possível filtragem, quando da atuação do profissional da comunicação/jornalismo, parece existir a necessidade de reverem-se práticas, *a priori*, não a própria, mas a do outro. Como indica Pôrto Jr (2009, p.54), “(...) esse “outro” distante parece facilitar, *a priori*, a indicação de que ele é mais vulnerável, mais afetado e, portanto, mais necessitado de atenção e proteção”

No caso dos jornalistas, essa percepção se torna mais complexa, já que esses profissionais pertencem à mesma área e, por força da ação laboral, deveriam reconhecer-se como indivíduos criadores/transformadores e não como suscetíveis a influências.

5. Para não concluir...

Reconhecemos que a área da comunicação e, sobretudo, a do jornalismo e suas práticas, tem sentido os efeitos da desmaterialização da identidade da sociedade (SANTOS, 2003) e da profissão, constituindo-se numa perda efetiva da identidade como formador de opinião.

Também reconhecemos que as áreas científicas têm sofrido uma ‘crise’ na forma de dialogar, onde as ‘conversações’ científicas (SCOLARI, 2008), próprias de cada área, têm sofrido alterações de forma tão acelerada que têm sido dificultados mesmo dentro de um campo científico, gerando ‘mal-entendidos’ ou dificuldades de compreen-

são de conceitos (DE MORAES et. al., 2015; PAGÁN MARTINEZ et al., 2019; SPINELLI; SANTOS, 2018; XAVIER; VERNER, 2019).

Nossas hipóteses no início desse trabalho, indicavam provisoriamente que não encontraríamos grandes diferenças entre os pesquisados, mas encontraríamos efeitos de terceira pessoa. Vimos que existe o efeito de terceira pessoa e, nesse estudo específico, as diferenças foram bastante acentuadas entre os pesquisados.

Ressaltamos que essa pesquisa apresenta várias limitações. A primeira delas é que ainda se encontra em fase de análise algumas variáveis, não apresentadas neste estudo, tais como influência da terceira pessoa nas relações de hierarquia profissional e autorização das informações.

Na formação em jornalismo com foco na desinformação e transparência, as leituras realizadas e os resultados dos instrumentos passam uma forte impressão de diagnóstico situacional do emissor e da importância de reverem práticas de “outros”, ampliando o possível efeito de terceira pessoa. Centram-se as análises, amplamente, na forma como os processos são organizados, mas ainda parecem precários os estudos que olhem para os processos do receptor, como foco de toda a *reflexão do processo formativo do profissional*.

Também, como a maioria dos estudos nessa área, não tencionamos analisar os processos por trás das respostas dos pesquisados, que permitiriam aprofundar as relações estabelecidas. Entendemos que essas limitações, próprias de um estudo piloto, podem ser aprimoradas e incorporadas em futuros estudos que permitam ampliar o olhar sobre o efeito da terceira pessoa.

Referências

ADRIAN, Alessandra Bonfin Bacelar; GOMES, Luciano Silva; PORTO JUNIOR, Francisco Gilson Rebouças. A influência da mídia na promoção da imagem da polícia militar em alunos e exalunos de colégios militares do Tocantins: uma análise a partir do efeito de terceira pessoa. In: PÔRTO JR, Gilson et al.(Orgs.). **Media effects**: ensaios sobre teorias da Comunicação e do Jornalismo, Vol. 2: Efeitos da Terceira Pessoa, enquadramento e teoria do cultivo. Porto Alegre, RS: Editora Fi/Boa Vista: Editora da UFRR, 2018, pp. 63-82.

CHRISTEN, Cindy T.; GUNTHER, C. The influence of mass media and other culprits on the projection of personal opinion. **Communication Research**, 30(4), 2003, p. 414-431.

DAVISON, W. Phillips. The third-person effect in communication. **Public Opinion Quarterly**, vol. 47, 1983: p. 1-15.

DE MORAES, N. R.; MARTÍNEZ, M. P.; RUIZ, S. C. M.; MOMBELLI, G. S.; BISPO, B. L.; SILVA, G. T. B. E; PACANARO, Y. G. Origens teóricas da corrupção na gestão pública contemporânea: debate conceitual. **Revista Observatório**, v. 1, n. 2, p. 156-173, 8 dez. 2015.

DILLARD, James Price; WEBER, Kirsten M.; VAIL, Renata G. The relationship between perceived and actual effectiveness of persuasive messages: a meta-analysis with implications for formative campaign research. **Journal of Communication**, 57(4), 2007: p. 613-631.

FERREIRA, Kecia Garcia; MENEZES, Veronica Dantas. O efeito da terceira pessoa em produção audiovisual. In: PÔRTO JR, Gilson et al.(Orgs.). **Media effects: ensaios sobre teorias da Comunicação e do Jornalismo**, Vol. 2: Efeitos da Terceira Pessoa, enquadramento e teoria do cultivo. Porto Alegre, RS: Editora Fi/Boa Vista: Editora da UFRR, 2018, pp. 103-116.

HUGE, Michael; GLYNN, Carroll; JEONG, Irkwon. A relationship-based approach to understanding third-person perceptions. **Journalism and Mass Communication Quarterly**, 83(3), 2006, p. 530-546.

MELO, G. P. et al. O efeito da terceira pessoa no trabalho dos jornalistas do Tocantins. In: PÔRTO JR., Gilson et al (Orgs.) **Media effects: ensaios sobre teorias da Comunicação e do Jornalismo**, Vol. 3: Espiral do silêncio, enquadramento e contemporaneidade. Porto Alegre, RS: Editora Fi, Boa Vista: EdUFRR, 2018, pp. 211-231.

MOREIRA, Lidiane; GARCEZ, Marcus Elicius dos Santos; LEITE, Amanda Maurício Pereira. Efeitos de terceira pessoa: os impactos das mensagens vazadas sobre a Lava Jato no Maranhão e Tocantins. In: PÔRTO JR., Gilson et al (Orgs.) **Media Effects: ensaios sobre teorias da Comunicação e do Jornalismo**, Vol. 8: Estudos gerais. Porto Alegre, RS: Editora Fi/ Boa Vista: EDUFRR, 2020, pp. 52-73.

NUNES, S. G.; MORAES, N. R. DE; NASCIMENTO, R. R. DO. A promoção da transparência e do acesso à informação e dados públicos via internet: um estudo no Estado do Tocantins. **Revista Observatório**, v. 5, n. 1, p. 396-427, 14 jan. 2019.

PAGÁN MARTÍNEZ, M.; VIANA BEDNASKI, A.; PAULETTO SPANHOL FINOCCHIO, C. A sociedade digital: Inovação, comunicação e participação Social para gerar, gerenciar e Compartilhar o Conhecimento. **Revista Observatório**, v. 5, n. 1, p. 359-395, 14 jan. 2019.

PERLOFF, Richard M. Third-person effect research - 1983-1992: A review and synthesis. **International Journal of Public Opinion Research**, 1993, 5(2), p. 167-184.

PÔRTO JR., Francisco Gilson R. Entre Fronteiras: explorando o efeito da terceira pessoa. In: **Estudos em Jornalismo e Mídia**, n. 2 pp. 45 - 59 jul./dez. 2009.

PORTO JUNIOR, Francisco Gilson Rebouças. Percepções sobre o ensino de jornalismo: o efeito da terceira pessoa sobre as práticas formativas. In: PÔRTO JR, Gilson et al.(Orgs.). **Media effects: ensaios sobre teorias da Comunicação e do Jornalismo**, Vol. 2: Efeitos da Terceira Pes-

soa, enquadramento e teoria do cultivo. Porto Alegre, RS: Editora Fi/Boa Vista: Editora da UFRR, 2018, 147-159.

ROCHA, Wéllida Araújo Resende da; PORTO JUNIOR, Francisco Gilson Rebouças. Profissionais da comunicação e o efeito da terceira pessoa. In: PÔRTO JR, Gilson et al.(Orgs.). **Media effects**: ensaios sobre teorias da Comunicação e do Jornalismo, Vol. 2: Efeitos da Terceira Pessoa, enquadramento e teoria do cultivo. Porto Alegre, RS: Editora Fi/Boa Vista: Editora da UFRR, 2018, pp. 83-101.

SALAVERRÍA, Ramón; BUSLÓN, Nataly; LÓPEZ-PAN, Fernando; LEÓN, Bienvenido; LÓPEZ-GOÑI, Ignacio; ERVITI, María-Carmen. Desinformación en tiempos de pandemia: tipología de los bulos sobre la Covid-19. **El profesional de la información**, v. 29, n. 3, 2020, e290315. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.15>

SANTOS, Carlos Oliveira; Xerente, João Kwanha. A teoria do efeito da terceira pessoa no compartilhamento de fake News. In: PÔRTO JR., Gilson et al (Orgs.) **Media effects**: ensaios sobre teorias da Comunicação e do Jornalismo, Vol. 4: Reflexividade, hermenêutica e Fake News. Porto Alegre,RS: Editora Fi, Boa Vista: EdUFRR, 2018, pp. 131-147.

SCOLARI, Carlos. **Hipermediaciones**: elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva. Espanã: Gedisa, 2008.

SILVA, Adriano Alves da; Demarchi, André. As imagens dos povos indígenas representadas em charges: preconceitos velados através do “efeito de terceira pessoa”. In: PÔRTO JR., Gilson et al (Orgs.) **Media effects**: ensaios sobre teorias da Comunicação e do Jornalismo, Vol. 5: Newsmaking, gatekeeping e teoria social. Porto Alegre, RS: Editora Fi, Boa Vista: EdUFRR, 2018, pp. 159-191.

SILVA, Janaína Vilares da et. al. Caso de Marielle Franco: impacto do efeito da terceira pessoa a partir de uma Fake News. In: PÔRTO JR., Gilson et al (Orgs.) **Media effects**: ensaios sobre teorias da Comunicação e do Jornalismo, Vol. 4: Reflexividade, hermenêutica e Fake News Porto Alegre,RS: EditoraFi, Boa Vista: EdUFRR, 2018, pp. 201-224.

SOARES, Felipe; VIEGAS, Paula; SUDBRACK, Shana; RECUERO, Raquel. Desinformação e esfera pública no Twitter: disputas discursivas sobre o assassinato de Marielle Franco. **Revista Fronteiras - Estudos Midiáticos**. v. 21, n. 3, setembro, 2019.

SPINELLI, E. M.; SANTOS, J. DE A. Jornalismo na era da pós-verdade: fact-checking como ferramenta de combate às fake news. **Revista Observatório**, v. 4, n. 3, p. 759-782, 29 abr. 2018.

SPOHR, Dominic. Fake news and ideological polarization: Filter bubbles and selective exposure on social media. **Business Information Review** 34, p. 150–160, 2017.

TANDOC JR, Edson C.; LIM, Zheng-Wei; LING, Richard. “Defining ‘fake news’”. **Digital journalism**, v. 6, n. 2, pp. 137-153, 2018. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>

XAVIER, C.; VERNER, A. Valores-notícia e internet: Um estudo exploratório sobre as notícias mais acessadas do portal aRede. **Revista Observatório**, v. 5, n. 4, p. 438-462, 1 jul. 2019.