

OS MEDIA E A GUERRA: **COBERTURA MEDIÁTICA E DESINFORMAÇÃO** **EM TEMPOS DE CONFLITO**

Patrícia Silveira | Clarisse Pessôa | Simone Petrella



MEDIA E GUERRA



EDITORS

Patrícia Silveira
Clarisse Pessôa
Simone Petrella

IADE EDITION COORDINATION

Patrícia Silveira

DESIGN COORDINATION

Alexandre Magalhães (STUDIO LAB)

COVER AND EDITORIAL DESIGN

Diogo Ferreira
Maria Beatriz Fonseca

PROPERTY

IADE - Faculdade de Design, Tecnologia e Comunicação

Este livro foi objeto de avaliação científica

ISBN: 978-989-35792-2-0 (PDF)

1ª edição: junho de 2025



Esta obra integra o Projeto de I&D MeInWar: Estudo sobre os media e as representações sociais acerca do conflito Russo-Ucraniano (2023-2025), financiado pela Universidade Europeia.

ÍNDICE

PREFÁCIO	6
Luís Pereira	
NOTA DA DIREÇÃO DO IADE	8
Carlos Rosa	
INTRODUÇÃO	10
Patrícia Silveira	
Clarisse Pessôa	
Simone Petrella	
01 – O ENVOLVIMENTO DOS CIDADÃOS NO PROCESSO NOTICIOSO – ESTUDO DE CASO THE GUARDIAN	15
Adelino Cunha	
02 – A LITERACIA COMO RESISTÊNCIA À DESINFORMAÇÃO	37
Fernanda Bonacho	
Joana Pontes	
03 – OS MÉDIA DIGITAIS COMO FERRAMENTA DE CONSCIENCIALIZAÇÃO: O INSTAGRAM COMO PALCO DA INVASÃO DA UCRÂNIA	54
Joana Ramalho	
Joana Pedralva Graça	

04 – MACRON E O CONFLITO DA SUA MASCULINIDADE POLÍTICA (DES) CONSTRUÍDA: ENTRE #ROCKYMACRON E O BROMANCE COM LULA **86**

Inês Amaral

Eduardo Antunes

05 – PARA UMA LITERACIA DOS MEDIA SONOROS – ENTRE O VÍNCULO COM A REALIDADE E A CONSTRUÇÃO DE NARRATIVAS **116**

Luís Bonixe

06 – O PAPEL DOS MEDIA DIGITAIS NA CONSTRUÇÃO DE NARRATIVAS SOBRE O CONFLITO RÚSSIA-UCRÂNIA: PERSPETIVAS DE DESINFORMAÇÃO E REPRESENTAÇÕES SOCIAIS **142**

Marisa Ferraz da Costa

Rita Mourão

07 – A GUERRA ANTES DA GUERRA RUSSO-UCRANIANA: PREPARAÇÃO DO CAMPO DE BATALHA INFORMACIONAL NO MUNDO OCIDENTAL DESDE 2014 **182**

Luís M. Loureiro

Rui Pereira

08 – DA GUERRA DA DESINFORMAÇÃO À DESINFORMAÇÃO NA GUERRA: UMA ANÁLISE AOS FACT-CHECKS REALIZADOS PELO POLIGRAFO NOS PRIMEIROS SEIS MESES DOS CONFLITOS RUSSO-UCRANIANO E ISRAELO-PALESTINIANO **223**

Ricardo Morais

09 – PERCEÇÕES SOBRE O RETRATO DE CONFLITOS GEOPOLÍTICOS NOS MÍDIAS E (DES)INFORMAÇÕES: UM ESTUDO JUNTO DOS PÚBLICOS PORTUGUESES **255**

Simone Petrella

Patrícia Silveira

Clarisse Pessôa

09

PERCEÇÕES SOBRE
O RETRATO DE
CONFLITOS
GEOPOLÍTICOS
NOS MÉDIA E
(DES)INFORMAÇÕES:

UM ESTUDO JUNTO DOS PÚBLICOS
PORTUGUESES

PERCEÇÕES SOBRE O RETRATO DE CONFLITOS GEOPOLÍTICOS NOS MEDIA E (DES)INFORMAÇÕES: UM ESTUDO JUNTO DOS PÚBLICOS PORTUGUESES

Simone Petrella

Patrícia Silveira

Clarisse Pessôa

RESUMO

Os conflitos armados encontram-se no epicentro de uma guerra de informações estimulada por afirmações falsas sobre as motivações dos conflitos e os refugiados. A propagação de narrativas alimentadas particularmente no contexto do online, desafia a União Europeia (EU) e Organizações Internacionais a definir estratégias de combate e a adotar medidas de escrutínio sobre os principais canais de desinformação de modo a impedir que narrativas hostis moldem a opinião pública e influenciem os decisores políticos. A narrativa da crise e do aumento do custo de vida, ou da imigração descontrolada, particularmente no contexto dos países europeus, tende a semear divisão, incerteza e ressentimentos em relação aos refugiados. Tal facto pode ter impacto sobre as decisões das instituições sobre as políticas de migração, legitimando medidas mais restritivas, e colocando em causa a proteção das vítimas de conflito em situação de vulnerabilidade.

É no sentido de procurar compreender e analisar as implicações dos discursos mediáticos na formação das representações sociais sobre a guerra Russo-Ucraniana e os conflitos armados, e os refugiados, que este artigo ganha relevância. Parte de um estudo exploratório integrado no Projeto de Investigação e Desenvolvimento (I&D) MeInWar - Estudo sobre os media e as representações sociais acerca do conflito Russo-Ucraniano, financiado pela Universidade Europeia, que tem como principal objeto de estudo a narrativa e o discurso mediático em torno do conflito russo-ucraniano e dos conflitos

armados, em sentido lato, assim como as representações sociais sobre a guerra, os refugiados e as políticas migratórias. Através do recurso a um inquérito por questionário, este artigo pretendeu analisar e compreender as opiniões e os pontos de vista dos cidadãos a residir em contexto português, sobre as informações acerca da guerra da Rússia na Ucrânia e os refugiados vítimas deste conflito e, ainda, as suas perspetivas acerca da intervenção da UE nesse processo e do impacto dessa guerra nos seus contextos mais imediatos. As principais conclusões indicam que os inquiridos acompanham as notícias sobre a guerra Russo-Ucraniana principalmente através dos media digitais e da televisão, atribuindo um tom negativo à cobertura mediática do conflito. Há discordância sobre a representação dos refugiados, mas a maioria considera que a intervenção da União Europeia é positiva, embora tema uma nova crise económica. A maioria dos cidadãos inquiridos acredita, ainda, que os refugiados poderão contribuir positivamente para o país de acolhimento.

PALAVRAS-CHAVE

media; informação; conflitos armados; literacia mediática.

ABSTRACT

Armed conflicts are at the epicentre of an information war fuelled by false claims about the motivations of conflicts and refugees. The spread of narratives fuelled particularly in the online context challenges the European Union (EU) and International Organisations to define strategies to combat them and adopt measures to scrutinise the main channels of misinformation in order to prevent hostile narratives from shaping public opinion and influencing political decision-makers. The narrative of the crisis and the rising cost of living, or of uncontrolled immigration, particularly in the context of European countries, tends to sow division, uncertainty and resentment towards refugees. This fact may have an impact on institutional decisions on migration policies, legitimizing more restrictive measures and jeopardizing the protection of vulnerable victims of conflict.

It is in the sense of seeking to understand and analyze the implications of media discourses in the formation of social representations about the Russo-Ukrainian war and armed conflicts, and refugees, that this research gains relevance. Part of an exploratory study integrated in the Research and Development (R&D) Project MeInWar - Study on the media and social representations of the Russian-Ukrainian conflict, funded by the Universidade Europeia,

whose main objective of study is the narrative and media discourse surrounding the Russian-Ukrainian conflict and armed conflicts in a broad sense, as well as social representations of war, refugees and migration policies. Through the use of a questionnaire, this research aimed to analyze and understand the opinions and points of view of citizens living in the Portuguese context, regarding information about the Russian war in Ukraine and the refugees who are victims of this conflict, and also their perspectives on the EU's intervention in this process and the impact of this war on their most immediate contexts. The main findings indicate that respondents follow the news about the Russian-Ukrainian war mainly through digital media and television, attributing a negative tone to the media coverage of the conflict. There is disagreement about the representation of refugees, but the majority considers that the European Union's intervention is positive, although they fear a new economic crisis. The majority of citizens also believe that refugees can contribute positively to the host country.

KEYWORDS

media; information; armed conflicts; media literacy.

INTRODUÇÃO SOBRE O ECOSISTEMA MEDIÁTICO E AS NOTÍCIAS EM TEMPOS DE CONFLITO

É inegável o impacto que os media possuem na rotina dos cidadãos em todo o mundo. Mesmo considerando os evidentes desequilíbrios sociodemográficos, os diferentes contextos e circunstâncias políticas, económicas, sociais e culturais, e os ainda muitos cenários de guerra – que podem levar a situações de desigualdade e de fosso informacional e digital – é possível observar-se as infinitas possibilidades de comunicação e de acesso à informação (Hasebrink & Paus-Hasebrink, 2013).

Refira-se, por isso, que a hibridez do ecossistema mediático tem ajudado a criar formas de comunicar mais democráticas e tem proporcionado uma visão mais imediata do mundo, particularmente em sociedades info-incluídas. Contudo, ao refletir criticamente sobre este contexto multimediático evidenciamos um aumento exponencial de inverdades instigadas pelo desenvolvimento das plataformas de comunicação e de informação, às quais se juntam, também, os desafios colocados atualmente ao jornalismo e aos seus interlocutores, os quais contribuem, em larga medida, para o enfraquecimento da estrutura organizacional e a instrumentalização da classe jornalística, que se vê exposta a um conjunto de circunstâncias que desafiam e complexificam os seus modelos habituais de funcionamento.

Esta é uma dinâmica que constitui, hoje, parte dos consumos mediáticos e, como consequência, do debate público e político, pelo que urge que os cidadãos saibam enquadrar, de forma ética e crítica, os conteúdos que recebem. A aposta em estratégias de literacia digital consubstancia um real investimento ao

incentivar a uma maior consciencialização sobre a indústria dos media e as suas motivações, ao mesmo tempo que potencia que os cidadãos possam adquirir uma compreensão mais efetiva dos aspetos do mundo e agir de forma mais participativa na sociedade em que se inserem.

Constituindo-se, hoje, a desinformação como uma problemática incontestável, vislumbram-se desafios à clarificação da perceção pública sobre as questões impactantes da sociedade e do mundo. A comunicação dessas questões dá-se de forma caótica e multifacetada, fruto da crescente utilização de plataformas digitais e dos media sociais, tornando menos visível a identificação dos limites entre informações de teor verdadeiro e informações falsas (Silveira, 2020). Este tipo de conteúdo é, por isso, consequência de um ecossistema mediático que apresenta fragilidades e idiosincrasias, particularmente no que concerne à validação de sistemas de verificação (Kucharski, 2016). Neste ambiente de desregulação, as notícias falsas, que muitas vezes correspondem a anseios de natureza ideológica e económica, encontram as condições necessárias à sua disseminação, infligindo danos com consequências sociais e políticas (Allcott & Gentzkow, 2017). Esta é uma narrativa que constitui, hoje, parte do problema da arquitetura dos media na sua relação com os públicos consumidores de notícias.

Neste sentido, importante citar Fenton (2022), quando esta refere que os media e a comunicação ganham o seu real sentido democrático em tempos de crise, ao poderem constituir-se como agentes ativos na mudança social e no equilíbrio das relações de poder. As características instáveis e complexas para a ordem social dos tempos atuais, trazem à tona estruturas de desigualdade e de discriminação que podem, ao mesmo tempo que correspondem aos interesses de grupos políticos e ideológicos, alimentando essas mesmas estruturas através da concentração do poder e do lobby instituído, desafiar a que se repensem as estruturas organizacionais, trabalhando em prol da igualdade e do pluralismo.

Em cenário de conflito e de movimentações geopolíticas, os media podem constituir-se como agentes de verificação e de auscultação da verdade, tornando-se ferramentas muito úteis na luta contra a desinformação. Ainda que este fenómeno não seja exclusivo destes tempos conturbados, estes são propícios a que se vislumbre um grande risco de manipulação, de propaganda e um aumento na circulação de informação incorreta ou falsa. Este é, por isso, um panorama de grande exigência para os media e o jornalismo que, a par de públicos prosumidores, devem assumir um papel de escrutínio público e político, questionando, filtrando e promovendo a partilha de informação de forma rigorosa, contextualizada e prudente. Esta é uma relação simbiótica absolutamente necessária nos tempos que correm, com vista a que se criem representações do mundo com respeito pela democracia, pelos direitos humanos e sociais, e por uma cidadania consciente e participada.

Em contexto de conflito, desenvolver competências de literacia para as notícias ganha, neste sentido, especial relevância, ao visar a capacitação dos cidadãos para lidarem de forma crítica, saudável e consciente com conteúdos que lhes chegam por via de múltiplos formatos e fontes.

Salientamos, por isso, a relevância do projeto de I&D que sustenta este estudo exploratório, com especial enfoque sobre as representações sociais acerca da temática da guerra e do conflito, e da sua cobertura mediática, com vista a que se desenvolvam recomendações no campo da literacia mediática com aplicação efetiva ao nível do combate à desinformação e à promoção do pensamento crítico acerca dos media e das problemáticas do mundo atual.

METODOLOGIA

Este artigo, de caráter exploratório e integrado num projeto de I&D mais vasto, tem como objeto de estudo as opiniões e os pontos de vista dos cidadãos a residir em contexto português, sobre a mediatização da guerra da Rússia na Ucrânia e os refugiados vítimas deste conflito. Pretende-se, mais especificamente, compreender as perceções dos públicos sobre o teor das notícias veiculadas pelos media oficiais, e por fontes não oficiais, com especial incidência nos canais online e as suas opiniões acerca da intervenção da UE no conflito e o seu impacto no contexto mais imediato do seu país e comunidade.

Para esse propósito, foram definidos os seguintes objetivos concretos de investigação:

- Conhecer e descrever as formas de acesso e de uso dos media, no quotidiano dos públicos;
- Conhecer e descrever as formas de acesso e o tipo de acompanhamento das notícias, pelos públicos;
- Conhecer e descrever as fontes de acesso mais significativas aos acontecimentos da atualidade, pelos públicos;
- Conhecer e descrever as formas de acesso e a natureza das interações que os públicos fazem no contexto da receção mediática acerca da guerra;
- Analisar o conhecimento e as perceções dos públicos acerca da natureza da informação sobre a guerra, os movimentos geopolíticos e os refugiados;

- Analisar as percepções dos públicos sobre o impacto da guerra no contexto global Europeu e no contexto mais imediato do seu país e comunidade.

Do ponto de vista da opção metodológica e do seu desenho, foi aplicado um inquérito por questionário online no primeiro trimestre de 2023, com o intuito de analisar as percepções de cidadãos sobre os contextos de guerra e os refugiados.

O instrumento de recolha de dados foi organizado em quatro blocos temáticos, nomeadamente: i) Caracterização sociodemográfica; ii) Hábitos de consumo mediático e comportamentos online; iii) Hábitos de consumo e acompanhamento de notícias; e iv) Acesso, acompanhamento de notícias e percepções sobre a guerra Russo-Ucraniana.

Após a administração dos inquéritos por questionário, todo o material foi supervisionado de modo a determinar se existia algum questionário que não fosse válido e a optar por determinadas decisões relativas ao tratamento dos dados. A amostra final corresponde a 136 questionários válidos (N=136).

Os dados foram tratados com recurso ao SPSS, um programa de software de tratamento de dados estatísticos que possibilita a quantificação das respostas e a tabulação dos resultados de maneira científica.

Na apresentação dos resultados considera-se a frequência e a percentagem válida, atendendo-se somente aos casos válidos. Ignora-se os missings (anulados, N/R, N/A).

APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

Relativamente ao universo dos inquiridos, este é constituído maioritariamente por mulheres (62%), sendo que cerca de um quinto (22%) dos 136 inquiridos tem idades compreendidas entre os 36 e os 45 anos. Este é o grupo etário com maior representatividade. A maioria tem nacionalidade portuguesa (77%) e cerca de metade reside na Grande Lisboa (45%). A maioria dos inquiridos reside com familiares (44%), sendo que 32,84% afirma viver com o cônjuge/namorado/a e cerca de 15% afirma viver sozinho. Apenas uma minoria afirma viver com colegas e amigos.

No que respeita o bloco temático ii) Hábitos de consumo mediático e comportamentos online, foi possível, primariamente, registar que, sem qualquer diferenciação a nível etário ou de género, há um acentuado consumo diário de media digitais, sendo o computador o meio privilegiado de acesso à Internet, com uma utilização diária acima das três horas (70%), seguida pela utilização de telemóveis/smartphone (35%).

Quando questionados acerca das atividades online preferenciais, a maioria dos inquiridos indicou o acesso ao correio eletrónico, a pesquisa de notícias e a navegação nas redes sociais.

Aprofundando a relação com as notícias, foi possível constatar que o acesso a estas é efetuado sobretudo através dos jornais digitais (18,9%), seguindo-se a televisão (14,8%) e as redes sociais (12,5%). Apenas 3,3% dos inquiridos declara aceder às notícias através de edições impressas de jornais (**Gráfico 1**).

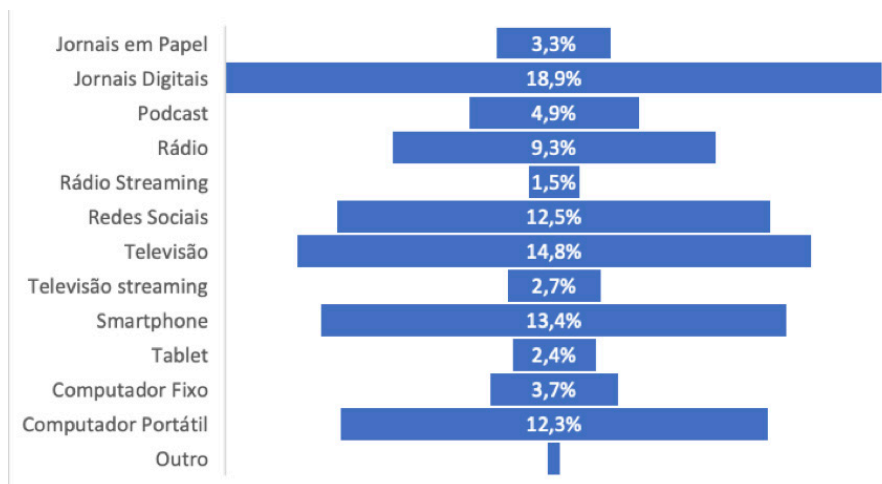


Gráfico 1. Acesso às Notícias

Foi ainda possível registrar que é majoritariamente realizado um acompanhamento diário das notícias, com preferência para três das 18 categorias propostas, sendo estas “Cultura”, “Política” e “Esfera Internacional”. Ainda, quando questionados sobre a frequência de acompanhamento das notícias por parte das pessoas com quem partilham o agregado, os inquiridos confirmam a tendência anterior, com 60% das respostas a afirmar a prática diária.

No entanto, e relativamente ao bloco temático iv) Acesso, acompanhamento de notícias e percepções sobre a guerra Russo-Ucraniana, foi possível registrar que apesar de a maioria dos inquiridos afirmar que acompanha as notícias sobre a guerra Russo-Ucraniana (91%), e que este acesso é diário (70%), apenas 39% da população inquirida refere que o realiza diariamente e 29% cerca de uma a duas vezes por semana (**Gráfico 2**).

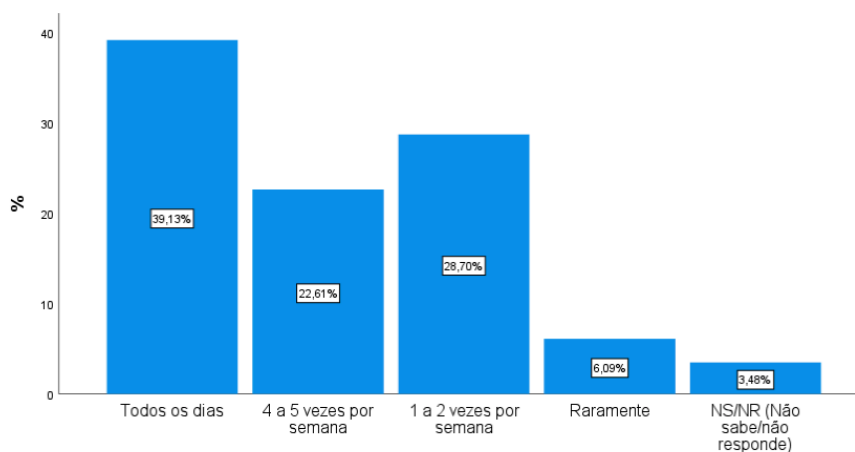


Gráfico 2. Frequência de acompanhamento das notícias sobre a Guerra na Ucrânia

Quanto aos meios de comunicação que são utilizados para aceder à informação sobre o conflito em estudo e qual a percepção dos inquiridos sobre o teor das notícias veiculadas pelos media, de modo geral, verificou-se que são jornais online (31%) e a televisão (28%), seguidos pelas Rede Sociais (15%) e a Rádio (10%), com percentagens residuais destinadas ao acesso através de jornais impressos. Já relativamente ao pendor das notícias veiculadas por estes meios, apenas 4% dos inquiridos o considera como positivo (**Gráfico 3**).

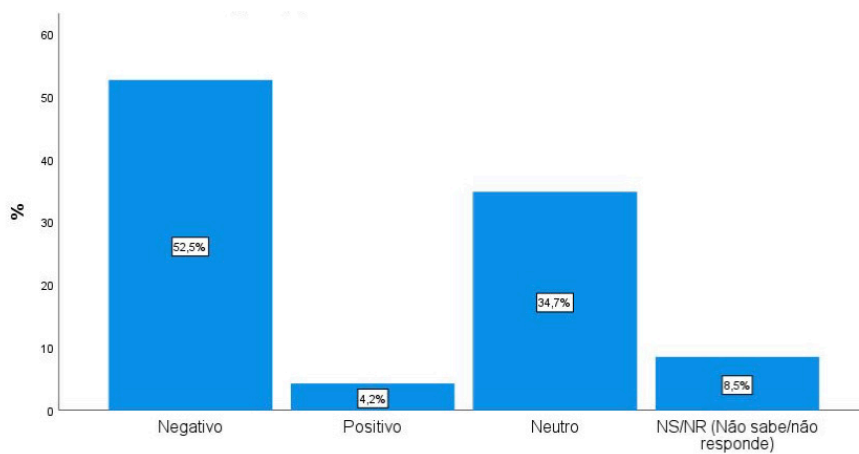


Gráfico 3. Percepção do teor das notícias sobre a Guerra na Ucrânia

É de assinalar, contudo, a percentagem significativa de inquiridos (58,1%) que considera informativo o teor das notícias sobre esta guerra e 26,5% sensacionalista, registando-se um valor residual (6,8%) relativo à caracterização das notícias como “tendencialmente falsas” (**Gráfico 4**). Estes resultados preliminares indicam, ainda, que as fontes não oficiais, apesar de serem as mais procuradas, são as que apresentam conteúdos menos rigorosos e mais suscetíveis à desinformação e à criação de representações sociais enviesadas.

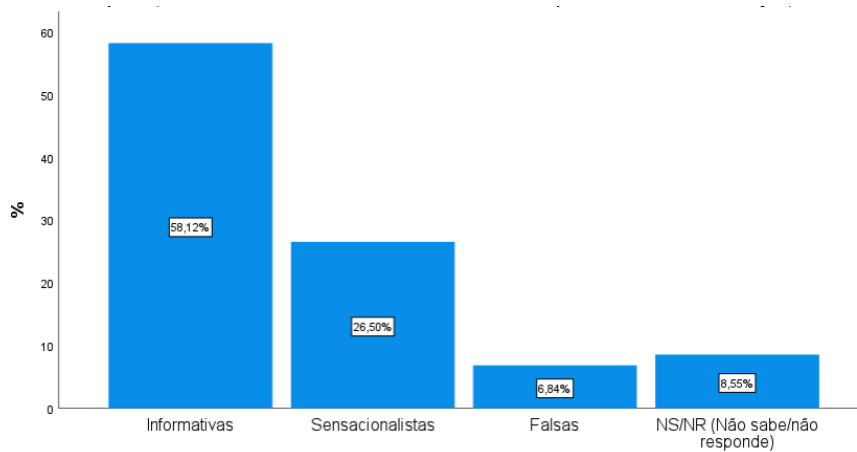


Gráfico 4. Opinião acerca das notícias sobre a Guerra na Ucrânia veiculadas pelos meios de comunicação.

Quando questionados sobre a forma como os media representam a problemática dos refugiados, o consenso entre os inquiridos diminuiu, com um relativo equilíbrio entre as respostas - negativa 31%; positiva 27%; neutra 33% - resultante numa geral discordância. Se, por um lado, 50% dos inquiridos considerava positivo o papel desempenhado pela União Europeia neste conflito, por outro, 69% acredita que o papel das Organizações Internacionais é insuficiente no processo de integração e acolhimento de refugiados. Ao mesmo tempo, denota-se uma percepção mais clara e consensual à volta do contributo positivo dos refugiados para o país de acolhimento, com apenas 7,8% dos entrevistados a discordar desta possibilidade (**Gráfico 5**).

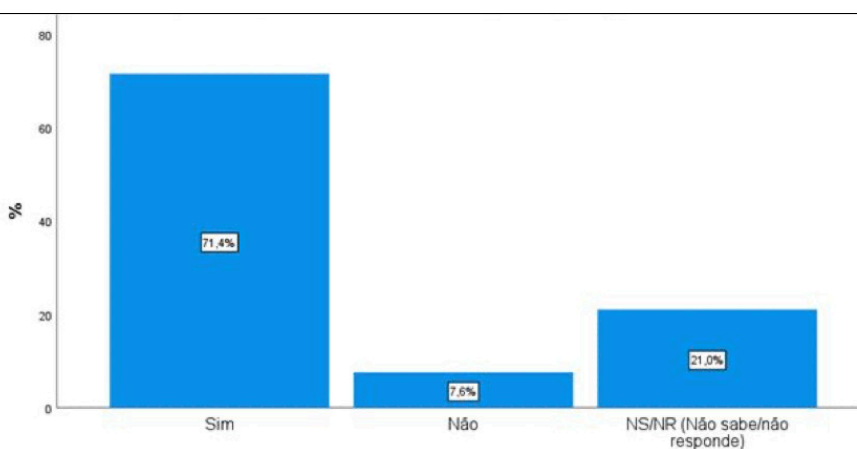


Gráfico 5. Opinião sobre o contributo positivo dos refugiados para o país de acolhimento.

CONCLUSÃO

Com o desenvolvimento deste estudo preliminar, enquadrado num projeto de I&D mais amplo, que tem como objeto de estudo as representações sociais sobre a mediatização de conflitos armados e as suas implicações para povos e comunidades, algumas das conclusões mais salientes demonstram que a temática da guerra Russo-Ucraniana se encontra presente no quotidiano dos cidadãos inquiridos, existindo um acompanhamento diário, pela maioria destes, das notícias enquadradas em tópicos relacionados com o conflito, privilegiando-se o consumo destas temáticas por via dos media digitais e da televisão.

Ainda que os resultados obtidos não possam ser extrapolados para todos os cidadãos a residir em contexto português, a investigação desenvolvida mostra que a guerra Russo-Ucraniana continua a ser um tema do *agenda-setting* existindo, porém, a perceção de que a sua cobertura mediática tem vindo a diminuir de forma gradual. Denota-se, ainda, a atribuição de um pendor negativo à cobertura noticiosa da guerra, existindo apenas uma percentagem pouco significativa de inquiridos que considera que esta mediatização tem um sentido positivo. Já no que concerne à representação nos media do tópico dos refugiados, observa-se discordância entre os inquiridos do estudo, ainda que estes considerem que os refugiados poderão contribuir de forma positiva para o país de acolhimento.

De notar, ainda, que a perceção acerca da intervenção da União Europeia em temáticas relacionadas com o conflito, é positiva para a maioria dos inquiridos, embora considerem por outro lado, que a guerra é um fator desencadear da crise económica.

NOTAS FINAIS

Esta investigação, de carácter exploratório, pretendeu ampliar o conhecimento e constituir-se como um passo efetivo para o avanço dos estudos científicos e para o estímulo à discussão pública, política e mediática sobre as implicações da media-tização das temáticas de conflito, de polarização e de novas ordens geopolíticas, para cidadãos e povos direta ou indiretamente envolvidos. Ao mesmo tempo, abre caminho para que se repensem, desenhem e implementem estratégias de literacia mediática, digital e noticiosa que auxiliem no combate à desinformação e no desenvolvimento do pensamento crítico e de competências humanísticas e cívico-políticas. Ao mesmo tempo, é de salientar que a guerra, as consequências que daí derivam, e a forma como, por vezes, a cobertura mediática destes temas é feita, podem exercer um forte impacto sobre os cidadãos. Por estes motivos, é necessário atuar de forma efetiva sobre os públicos, proporcionando-lhes ferramentas que os tornem mais capazes de avaliar os acontecimentos do mundo e de gerir o seu impacto, minimizando os efeitos negativos decorrentes do contacto com certos tópicos.

FINANCIAMENTO

Universidade Europeia

BIBLIOGRAFIA

- Allcott, H. & Gentzkow, M. (2017). Social Media and Fake News in the 2016 Election. *J. Econ. Perspect*, 31(2): 211–236. <https://doi.org/10.1257/jep.31.2.211>.
- Fenton, N. (2022). A commentary: Communication, democracy and social change in crisis times – Disrupting power, dismantling injustices. *Revista Media & Jornalismo*, 22 (41), 21-39. https://doi.org/10.14195/2183-5462_41_1.
- Hasebrink, U. & Paus-Hasebrink, I. (2013). Trends in Children’s Consumptions of Media. In D. Lemish (Ed.), *The Routledge International Handbook of Children*, (pp.31-39). Routledge.
- Kucharski, A. (2016). Post-truth: Study epidemiology of fake news. *Nature*, 540 (7634). 525.10.1038/540525a.
- Silveira, P. (2020). Fake news consumption through social media platforms and the need for media literacy skills: a real challenge for Z generation, *Proceedings Book of the 14th International Technology, Education and Development Conference*, (pp. 3830-3838). 10.21125/inted.2020.1063. WOS:000558088803136.

SIMONE PETRELLA

É Professor Auxiliar na Faculdade de Filosofia e Ciências Sociais da Universidade Católica Portuguesa, em Braga, onde é atualmente coordenador do Mestrado em Comunicação Digital.

Concluiu o Doutoramento Europeu em Ciências da Comunicação (financiado pela Fundação para a Ciência e Tecnologia) na Universidade do Minho, com uma tese sobre literacia mediática e relações intergeracionais. É Investigador Integrado do Centro de Estudos Filosóficos e Humanísticos da Universidade Católica Portuguesa e colaborador do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho.

(EN)

Simone Petrella is an Assistant Professor at the Faculty of Philosophy and Social Sciences of the Catholic University of Portugal, in Braga, where he is currently the coordinator of the Master's Degree in Digital Communication. He completed the European Doctorate in Communication Sciences (funded by the Foundation for Science and Technology) at the University of Minho, with a thesis on media literacy and intergenerational relationships. He is an Integrated Researcher at the Center for Philosophical and Humanistic Studies at the Catholic University of Portugal and a collaborator at the Communication and Society Research Centre of the University of Minho.

PATRÍCIA SILVEIRA

Professora Associada e Coordenadora para os Assuntos Académicos da Faculdade de Design, Tecnologia e Comunicação (IADE) da Universidade Europeia, concluiu o Doutoramento Europeu (2016) em Ciências da Comunicação (financiamento pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia) pela Universidade do Minho, com uma tese sobre a receção da atualidade informativa pelos públicos infantojuvenis. A par da atividade de coordenação e de docência, é Investigadora Integrada da UNIDCOM/IADE e do CECS/UMinho. Coordena o projeto de I&D MeInWar – Estudo sobre os media e as representações sociais acerca do conflito Russo-Ucraniano, financiado pela Universidade

Europeia. Integra, ainda, a equipa de Investigadores do Projeto de I&D YouN-Civic – Youth, news and citizenship, financiado pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia (PTDC/COM-OUT/0243/2021). Publica em revistas indexadas nacionais e internacionais, e é autora de livros e capítulos de livros na área dos estudos da comunicação e dos media. É membro do Conselho Científico, do Conselho Pedagógico, e da Comissão de Ética da Universidade Europeia.

CLARISSE PESSÔA

Clarisse Pessôa é Doutorada em Ciências da Comunicação pela Universidade do Minho e docente no IPAM Porto. A sua tese de doutoramento, financiada pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia, focou-se na área da literacia mediática. Atualmente, leciona nas áreas de Marketing e Comunicação Estratégica, que, juntamente com a Literacia Mediática, constituem os seus principais campos de investigação como investigadora integrada no Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, na Universidade do Minho.

(EN)

Clarisse Pessôa holds a PhD in Communication Sciences from the University of Minho and is an assistant professor at IPAM Porto. Her doctoral thesis, funded by the Portuguese Foundation for Science and Technology, focused on media literacy. She currently teaches in Marketing and Strategic Communication, which, along with Media Literacy, are her main research fields. She is an integrated researcher at the Communication and Society Research Centre at the University of Minho.