

**PATRÍCIA SILVEIRA**

ana\_da\_silveira@hotmail.com

CENTRO DE ESTUDOS DE COMUNICAÇÃO E SOCIEDADE  
(CECS), UNIVERSIDADE DO MINHO

## AS CRIANÇAS, AS NOTÍCIAS E O CONHECIMENTO DO MUNDO

### RESUMO

Há estudos sobre a relação entre as crianças e as notícias que demonstram que estes públicos são ativos nos usos que fazem destes conteúdos, demonstrando motivações e necessidades na relação com a atualidade (Alon-Tirosh & Lemish, 2014). Em Portugal, as pesquisas sobre esta problemática são pontuais, não permitindo traçarem-se conclusões a respeito do modo como as crianças, hoje, se relacionam com as notícias. Partindo dessa lacuna, este estudo pretende apresentar os resultados de uma investigação de doutoramento, em curso, que tem como objeto de estudo as crianças e as suas perceções sobre a atualidade. Através da administração de um inquérito por questionário a 690 crianças a residir no norte do país, algumas das conclusões obtidas permitem concluir que as notícias fazem parte do quotidiano das crianças e que estas demonstram interesse por estes conteúdos. Ao mesmo tempo, as crianças reconhecem a importância da atualidade para o conhecimento do mundo e procuram estar a par dos assuntos para saber o que se passa local e globalmente, revelando, ainda, uma postura crítica perante o modo como os acontecimentos são noticiados. Esta questão torna-se um desafio para a educação para os *media*, uma vez que reclama por uma intervenção informada junto das crianças para que possam desenvolver competências que lhes permitam saber lidar com as emoções e os significados provenientes da exposição a certos acontecimentos e, ao mesmo tempo, adotar uma postura crítica e esclarecida face ao modos de olhar o mundo propostos pelos *media*.

### PALAVRAS-CHAVE

Crianças; atualidade; perceções; literacia para as notícias

---

## **REVISÃO DE LITERATURA SOBRE A RELAÇÃO ENTRE AS CRIANÇAS E AS NOTÍCIAS**

Nos últimos anos, o estudo da relação das crianças com as notícias tem sido objeto de atenção de investigadores de áreas diversas. Preocupados em compreender as formas de envolvimento entre os mais novos e as notícias, estas investigações (Lemish, 2007; Alon-Tirosh & Lemish, 2014; Delorme, 2013) enfatizam a importância que estes conteúdos adquirem no quotidiano das crianças e nas suas formas de olhar e de estar no mundo. A literatura existente sobre este assunto mostra que esta relação tem sido perspectivada a partir de três tendências: por um lado, olhando para as crianças como públicos ativos e com interesses e motivações na relação com as notícias; por outro, mostrando preocupação para com os efeitos e o impacto decorrentes da exposição a eventos concretos (relacionados com crime e violência). Há, embora em menor número, investigações que perspectivam este envolvimento partindo da relevância deste consumo para a socialização política e a participação cívica dos mais novos.

De modo geral, estes estudos mostram que a atualidade faz parte do quotidiano das crianças, e que estas audiências acompanham estes assuntos habitualmente através da televisão, na companhia dos pais e de outros familiares (Gunter, Furnham & Griffiths, 2000; Delorme, 2013). Segundo os resultados de uma pesquisa desenvolvida por Nikken e Götz (2007), as crianças conseguem decidir se gostam ou não de determinados conteúdos nas notícias e desejam saber mais sobre o que se passa no país e no mundo, procurando nas notícias esse conhecimento. Segundo os autores, o seguimento da atualidade melhora o conhecimento de aspetos relevantes da sociedade e do mundo, ao mesmo tempo que permite a formação de opinião sobre o que se passa. Além disso, as crianças interessam-se mais pelas notícias quando têm a possibilidade de conversar sobre estes assuntos com os adultos, o que melhora a sua autoestima (Delorme, 2013) e incentiva à participação e ao debate sobre os assuntos públicos (Carter, 2007).

Apesar de os estudos demonstrarem que as notícias estão presentes na vida destes públicos, isso não significa que as crianças escolham acompanhar estes conteúdos, ou que esta atividade seja uma das que mais gostam de fazer. Há autores que referem que as crianças têm pouca ou nenhuma motivação para acompanhar as notícias, pois consideram que estas não satisfazem os seus interesses e necessidades, perturbam o seu horário habitual de programas, e são repetitivas (Lemish, 2007; Alon-Tirosh & Lemish, 2014). Além disso, para as crianças, há certos eventos transmitidos nas notícias que lhes provocam elevado impacto emocional (como medo e

ansiedade), mostrando o desejo de verem acontecimentos mais positivos e com alguns pontos de humor (Alon-Tirosh & Lemish, 2014).

Por outro lado, há autores que sugerem que a exposição a conteúdos violentos não gera efeitos diretos e automáticos sobre as audiências; pelo contrário, as crianças e jovens tendem a adotar posturas críticas face a certas ações relacionadas com crime e violência, considerando que estas notícias promovem comportamentos antissociais e são pouco educativas (Alon-Tirosh & Lemish, 2014; Pereira, 2003). Livingstone (2007) nota que a simples ideia de causa-efeito não é adequada para se compreender o modo como os públicos respondem às mensagens mediáticas. Considerando a possibilidade de crianças e jovens serem capazes de resistir à influência dos *media* e de realizar interpretações sofisticadas, a autora sublinha que é importante não cair em generalizações, olhando para cada situação particular e identificando os fatores que, direta ou indiretamente, explicam as respostas das audiências. É necessário, assim, considerar a combinação de imagens, ações e conotações dos *media* (Götz, 2007), com fatores contextuais sociais e modos de interpretação próprios e circunstâncias pessoais, como a idade e o nível de desenvolvimento, e o sexo.

## **A URGÊNCIA DA LITERACIA PARA AS NOTÍCIAS**

As notícias fazem parte do quotidiano das crianças e estão implicadas nas suas vidas e experiências, e modos de olhar o mundo. Por esse motivo, é necessário intervir junto destes públicos, auxiliando-os a gerir o impacto de certos eventos e capacitando-os para uma compreensão mais eficaz dos assuntos. A literacia para as notícias pode minimizar os efeitos negativos decorrentes da exposição a certos eventos e, ao mesmo tempo, capacitar para um pensamento crítico sobre os mesmos (Hobbs, 2013). Particularmente em contextos de crise, a literacia pode tornar-se especialmente vantajosa ao providenciar, aos mais novos, ferramentas de que precisam para se envolverem criticamente com os desafios colocados pelos acontecimentos do mundo (Carter, 2007).

Além disso, como Alon-Tirosh & Lemish (2014) sugerem, as notícias desempenham um papel importante para o desenvolvimento de valores cívicos, sendo que em tempos problemáticos de crise e de guerra, estes conteúdos tornam-se ainda mais proeminentes para a socialização política e o envolvimento cívico das crianças, já que estas tendem a internalizar os discursos expostos nos *media*, tendencialmente reforçados pelo ambiente em que estão inseridas.

A literacia para as notícias deve ser pensada num campo mais vasto da educação para os *media* (Brites, 2013). Segundo Malik, Cortesi e Gasser (2013, pp. 8-9), uma definição de literacia para as notícias deve incluir: um entendimento sobre o papel dos *media* na sociedade; a motivação para a procura e o consumo de notícias; a habilidade para encontrar, identificar e reconhecer as notícias; a habilidade para avaliar criticamente as notícias, refletindo sobre o contexto, as motivações e o interesse por detrás da produção de notícias; e a capacidade para criar notícias.

Segundo Susan Moeller,

As pessoas literatas devem entender como as notícias e a informação são cruciais para criar sociedades pluralistas e responsáveis. A literacia mediática significa compreender o valor das notícias e da informação, o poder das mensagens mediáticas e o papel que o público pode – e deve – desempenhar na definição da agenda pública. (Moeller, 2009, p. 7)

A literacia para as notícias deve ter em vista a preparação dos mais novos para viverem num mundo de mudanças ao nível da comunicação e da distribuição de informação, capacitando-os para o envolvimento e a participação nas questões da sociedade. A importância da aposta na literacia junto das novas gerações tem por base a ideia de que o acesso e a compreensão da informação são elementos fundamentais das sociedades democráticas (Sundin, Palme & Öhling, 2012, p. 1013). No mundo atual, além do acesso às notícias através dos *media* tradicionais, os mais jovens podem contactar com estes conteúdos através de múltiplas fontes e ferramentas tecnológicas, pelo que além do aparente acesso a perspetivas diversas sobre a informação, torna-se particularmente relevante ter capacidade para avaliar essas mensagens e estar consciente do processo de produção destes novos formatos (Toepfl, 2014).

Neste contexto, a escola assume-se como espaço relevante para a introdução das questões do mundo, podendo apostar na introdução e no questionamento da atualidade na sala de aula. Os professores podem olhar para a introdução da literacia mediática no contexto de aula como uma oportunidade para preparar os alunos para participarem como consumidores e cidadãos, nas ações democráticas (Wilson, 2002).

Moore (2013) lembra, contudo, que estas questões desafiam os sistemas de ensino e os métodos de trabalho dos professores. O autor sublinha que é importante que se encontrem métodos eficazes que permitam a integração das questões do mundo na sala de aula, e que apelem ao

envolvimento dos alunos. Como os estudos têm vindo a demonstrar, a implementação de programas de literacia para as notícias junto de crianças e em ambiente de sala de aula, aumenta a motivação para o consumo de notícias e a curiosidade sobre os assuntos do mundo, leva à consciencialização dos procedimentos e constrangimentos implicados na produção de notícias, e auxilia no desenvolvimento de competências críticas face à representação do mundo nos *media* (Sundin et al., 2012; Moore, 2013).

## METODOLOGIA

Este estudo faz parte de uma investigação de doutoramento em curso no Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (CECS), da Universidade do Minho. Mais concretamente, pretende compreender de que modo as crianças se relacionam com as notícias, como é que representam estes conteúdos e qual a implicação dos mesmos para a forma como conhecem o mundo mediato e imediato. Metodologicamente, optou-se pela administração de inquéritos por questionário às crianças a frequentar o 4.º ano do 1.º Ciclo do Ensino Básico, das escolas do concelho de Paredes (situado no distrito do Porto). O questionário procurou responder a algumas questões que permitem identificar e caracterizar os hábitos de consumo de notícias e os modos de apropriação destas mensagens por parte das crianças: *Qual a frequência com que acompanham as notícias e através de que meios o fazem? Quais os assuntos que mais lhes interessam nas notícias? Com quem acompanham as notícias? Qual o espaço dado aos acontecimentos da atualidade na sala de aula?...* O inquérito por questionário foi preenchido pelas crianças, na sala de aula, na presença do investigador, tendo a sua aplicação decorrido entre os meses de novembro de 2013 e fevereiro de 2014. Os dados foram tratados com recurso ao SPSS – versão 21.

## APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A amostra final é constituída por 685 indivíduos, dos quais 53% pertencem ao sexo feminino e 47% ao sexo masculino. As crianças têm entre 8 e 12 anos de idade, sendo a média de idades de 9,02 anos<sup>1</sup>.

Mais de metade das crianças (58,9%) acompanham as notícias todos ou quase todos os dias, 15,6% fazem-no uma a duas vezes por semana, enquanto 22,4% acompanham as notícias raramente. Apenas 3,1% das

<sup>1</sup> Desvio padrão (s)= 0,512.

crianças nunca acompanham as notícias (N=674). Não se observaram, no entanto, diferenças entre os rapazes e as raparigas, no que se refere a esta variável ( $\alpha > 0,05$ ).

Os principais meios de acesso às notícias são, para mais de metade dos inquiridos, a televisão e os jornais, seguindo-se, por ordem decrescente, o computador, os pais, a rádio, as revistas, o telemóvel, os amigos, os professores e o jornal da escola.

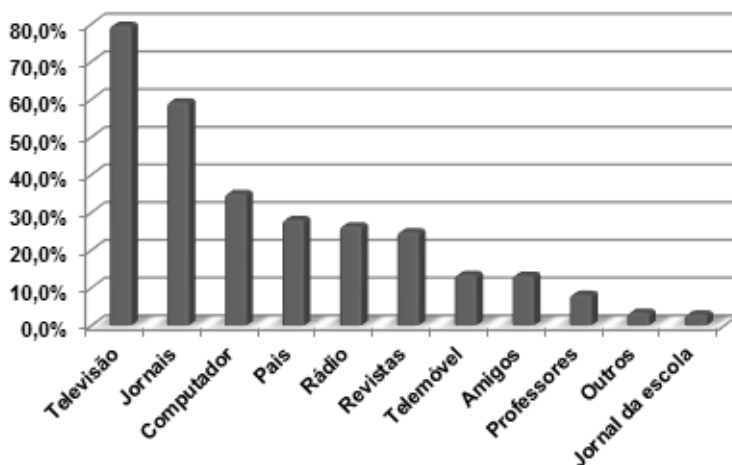


Gráfico 1: Meios de acesso às notícias (N=650)

Há, no entanto, diferenças entre os rapazes e as raparigas: estas acedem às notícias, sobretudo, através da rádio e de revistas; os rapazes sabem sobre estes conteúdos a partir do computador e dos amigos.

86,9% dos inquiridos que afirmam acompanhar as notícias, gostam de o fazer; apenas 13,1% dos que acompanham, declaram não gostar (N=664). Além disso, a percentagem de crianças que gosta de acompanhar as notícias é maior nas que acompanham todos ou quase todos os dias, como se conclui pela tabela seguinte.

As crianças gostam de acompanhar as notícias para estarem a par dos acontecimentos do país e do mundo, para falarem sobre estes assuntos com os pais, e para se tornarem boas cidadãs.

FREQUÊNCIA DE ACOMPANHAMENTO DAS NOTÍCIAS		GOSTAR DE ACOMPANHAR AS NOTÍCIAS		TOTAL
		Sim	Não	
Todos ou quase todos os dias	Frequência %	381 66,8%	16 19,3%	397 60,8%
	Resíduo ajustado	8,3	-8,3	-
Uma ou duas vezes por semana	Frequência %	88 15,4%	17 20,5%	105 16,1%
	Resíduo ajustado	-1,2	1,2	-
Raramente	Frequência %	101 17,7%	50 60,2%	151 23,1%
	Resíduo ajustado	-8,6	8,6	-
Total	Frequência %	570 100,0%	83 100,0%	653 100,0%

Tabela 1: Frequência de acompanhamento das notícias e gostar de acompanhar as notícias (N=653)  
Nível de significância ( $p < 0,05$ )

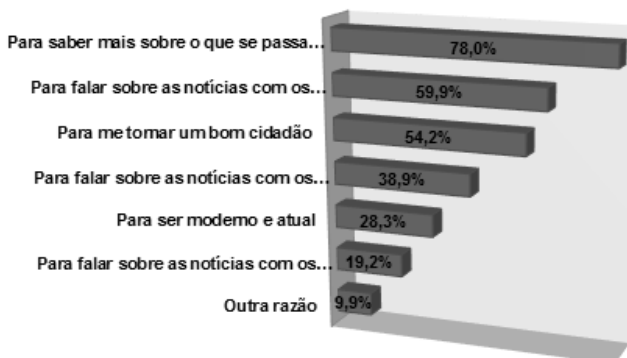


Gráfico 2: Razões para gostar de acompanhar as notícias (N=568)

A principal razão apontada pelas crianças para gostarem de acompanhar as notícias está relacionado com o lugar que os *media* ocupam no cotidiano dos cidadãos ao contribuírem para o conhecimento do mundo e a ampliação de um conjunto de saberes. Segundo Marôpo (2014, p. 106), os *media* ganham “importância à medida que [têm] vindo a desempenhar um papel mais central na maneira como as crianças e jovens interpretam

o mundo”. Para as crianças, as notícias parecem servir como um interessante veículo desse conhecimento e interpretação. Outras pesquisas têm vindo a demonstrar que as crianças querem ser informadas em matérias que não dizem respeito somente aos adultos, como a política, a economia, o ambiente, a saúde e a educação, desejando que o formato em que estes acontecimentos são transmitidos seja mais adequado às suas necessidades e interesses (Alon-Tirosh & Lemish, 2014).

As crianças também desejam falar com os adultos, especialmente com os pais, sobre as questões do mundo. A este respeito, Delorme (2008), na sua pesquisa sobre a relação das crianças com as notícias da televisão, concluiu que estes públicos experimentam uma elevada autoestima quando se sentem capazes de trocar informações com os adultos. Por outro lado, a possibilidade de conversar com os outras pessoas (como professores e amigos) parece ser, para a criança, um aspeto importante da valorização das suas opiniões e pontos de vista e, conseqüentemente, do aumento do seu interesse pelas notícias. Quanto maior a possibilidade de intervenção e de participação, maior o interesse e a aproximação aos assuntos da atualidade, e maior a vontade de envolvimento no debate público (Carter, 2007).

Os restantes motivos assinalados (particularmente, “para me poder tornar um bom cidadão” e “para ser moderno e atual”) podem explicar-se a partir daquilo que Delorme (2008, p. 213) designa como “imposição (...) por certos padrões de comportamentos e de expectativas dos adultos sobre elas”. Num mundo em que se busca e contacta incessantemente com informações vindas de múltiplas fontes, há cada vez mais o exercício de um estímulo parental que enfatiza a ideia de que a criança deve estar informada e saber sobre tudo o que se passa. “Estar informado é (...) uma questão muito importante. Estar a par e em dia com as notícias do mundo e, ainda, ter algo pronto para dizer que sirva como uma resposta pronta, implica um modelo de pessoa bem informada” (Delorme, 2008, p. 213).

Os assuntos das notícias que mais atenção despertam nas crianças são, sobretudo, os “acidentes/catástrofes naturais” (especialmente, acidentes de carro, incêndios e terramotos), o “desporto/veículos” e o “crime” (particularmente, assaltos, assassinatos e raptos). Por sua vez, assuntos relacionados com “guerra/conflitos armados”, “saúde” e “educação” são os temas que menos interessam às crianças. As raparigas tendem a interessar-se por assuntos relacionados com “sociedade”, “arte e cultura”, “educação”, “saúde”, “acidentes/catástrofes naturais” e “meio ambiente”; enquanto os gostos dos rapazes inclinam-se para as notícias de “desporto/veículos”. Há, ainda, a manifestação de interesse por acontecimentos de



outros países e a referência a casos concretos, como o “rapto de um bebé na Madeira” ou o “desaparecimento de uma menina de 9 anos”. Estes casos são, sobretudo, acontecimentos relacionados com “acidentes/catástrofes naturais” e “crimes” e, além disso, muitos dizem respeito a situações a envolver crianças, sobretudo quando são alvo de raptos.

Estes dados podem ser indicativos da existência de um elevado grau de identificação para com os envolvidos, sobretudo pelo facto de se tratar de crianças, tal como os inquiridos. Como referem Molen e Konijn (2007), a identificação ocorre quando as crianças se colocam na pele de outra pessoa, encontrando semelhanças entre si e quem aparece nas notícias, e pensando que poderá passar pelas mesmas experiências. Quanto maior é a empatia e a identificação, maior é o envolvimento e o impacto emocional da notícia, facto que poderá levar a que a criança guarde na memória esse acontecimento, recordando-se do mesmo por um longo período de tempo.

Mais de metade das crianças (60,5%) têm por hábito seguir as notícias na companhia do pai e da mãe (N=664), sendo com estes elementos da família que conversam habitualmente sobre estes assuntos (63,2% dos inquiridos afirmaram falar sobre as notícias com os pais. N=582). Apenas 10 crianças têm por hábito acompanhar as notícias sozinhas.

No que se refere aos estilos de mediação predominantes sobre o consumo de notícias, verificamos que em mais de metade dos agregados os pais explicam as notícias às crianças, dizem que é importante elas saberem sobre estes conteúdos e deixam-nas ver todas as notícias.

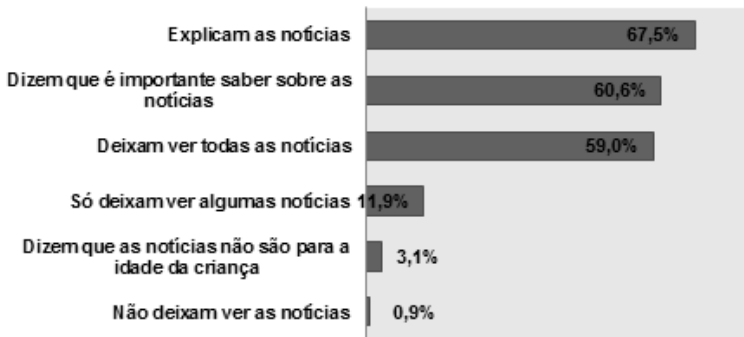


Gráfico 3: Mediação parental sobre o consumo de notícias (N=680)

Estes dados apontam para a existência de um tipo de mediação que privilegia o conhecimento e o debate sobre as notícias. Os pais parecem

mediar ativamente a relação das crianças com estes assuntos, incentivando o seu consumo e não colocando restrições à sua visualização. Além disso, segundo os inquiridos, os pais também explicam sobre aquilo que se passa, procurando debater a informação. Destacamos, ainda, que não existe associação significativa entre o tipo de mediação parental e as habilitações dos pais das crianças ( $p > 0,05$ ).

No que respeita à relação entre o contexto escolar e as notícias, 68,3% das crianças responderam que nunca tinham participado no jornal da escola; apenas 31,7% responderam afirmativamente a esta questão ( $N=676$ ). Além disso, mais de metade dos inquiridos (74,5%) mencionou ter feito trabalhos sobre notícias na sala de aula, no entanto, como pudemos aferir durante a recolha de dados, a maioria destes trabalhos refere-se a exercícios feitos em aula com o objetivo de refletir sobre o género noticioso, aspeto que decorre das matérias previstas no currículo. Apesar da aparente ausência das matérias da atualidade da sala de aula, quase todas as crianças (92,1%) têm interesse em fazer trabalhos sobre notícias, neste contexto ( $N=683$ ).

## NOTAS CONCLUSIVAS

Como os dados obtidos permitem concluir, as notícias fazem parte do quotidiano das crianças, e estas seguem estes conteúdos habitualmente na companhia da família, principalmente do pai e da mãe. A televisão é o principal meio de acesso a estes assuntos. Apesar da evolução nas tecnologias da informação e da comunicação, os *media* tradicionais, particularmente a televisão, continuam a ser a principal fonte de acesso aos acontecimentos do mundo pelas famílias, fazendo com que as crianças acabem por acompanhá-los, igualmente, através destes meios. As crianças procuram as notícias para estarem informadas sobre os acontecimentos do país e do mundo, e para poderem conversar com os pais sobre estes assuntos, o que demonstra que os mais novos gostam de trocar pontos de vista com os adultos sobre questões sérias, podendo esta partilha constituir-se como um importante incentivo para o aumento do seu interesse pela atualidade e pelos assuntos da sociedade. Os pais parecem incentivar ao consumo de notícias, conversando com as crianças sobre os assuntos e não colocando regras restritivas ou proibitivas no acesso aos mesmos. No que se refere à presença da atualidade na sala de aula, parece existir um afastamento destes tópicos, restringindo-se a lecionação às matérias previstas no currículo, apesar de as crianças demonstrarem vontade em abordar estes assuntos na escola.

A introdução da atualidade no espaço escolar poderia ser um interessante incentivo para o consumo de notícias e o desenvolvimento de competências de pensamento crítico face à atualidade e aos acontecimentos do mundo.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alon-Tirosh, M. & Lemish, D. (2014). "If I Was Making the News": What do Children Want From News?. *Participations - Journal of Audience & Reception Studies*, 11(1), 108-128.
- Brites, M.J. (2013). *O Papel das Notícias na Construção da Participação Cívica e Política dos Jovens em Portugal: Estudo de Caso Longitudinal (2010-2011)*. Tese de Doutoramento, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa, Lisboa.
- Carter, C. (2007). Talking about My Generation: A Critical Examination of Children`s BBC Newsround Web Sites Discussions About War, Conflict and Terrorism. In D. Lemish & M. Götz (Eds.), *Children and Media in Times of War and Conflict* (pp.121-142). USA: Hampton Press.
- Delorme, M.I.C. (2008). *Domingo é Dia de Felicidade: As Crianças e as Notícias*. Tese de Doutoramento, Centro de Teologia e Ciências Humanas da PUC-Rio, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Portugal.
- Delorme, M.I.C. (2013). As Crianças e as Notícias da Televisão. *Educação em Revista*, 29 (1), 205-223.
- Götz, M. (2007). "I Know That It Is Busch`s Fault": How Children in Germany Perceived the War in Iraq. In D. Lemish & M. Götz (Eds.), *Children and Media in Times of War and Conflict* (pp. 15-36). USA: Hampton Press.
- Gunter, B., Furnham, A. & Griffiths, S. (2000). Childen`s Memory for News: A Comparison of Three Presentation Media. *Media Psychology*, 2, 93-118.
- Hobbs, R. (2013). Media Literacy. In D. Lemish (Ed.), *The Routledge International Handbook of Children, Adolescents and Media* (pp. 417-424). London & New York: Routledge.
- Lemish, D. (2007). "This is Our War:" Israeli Children Domesticating the War in Iraq. In D. Lemish & M. Götz (Eds.), *Children and Media in Times of War and Conflict* (pp. 57-74). USA: Hampton Pres.
- Livingstone, S. (2007). Do the Media Harm Children. *Journal of Children and Media*, 1(1), 5-14.

- Malik, M., Cortesi, S. & Gasser, U. (2013). The Challenges of Defining 'News Literacy'. Berkman Center for Internet & Society. Acedido em [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2342313](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2342313)
- Marôpo, L. (2014). Identidade e Estigmatização: As Notícias nas Percepções de Crianças e Jovens de um Bairro de Realojamento. *Análise Social*, 49(1), 104-127.
- Moeller, S. D. (2009). *Media Literacy: Understanding the News*. Center for International Media Assistance.
- Molen, J.H.W. & Konijn, E.A. (2007). Dutch Children's Emotional Reactions to News About the War in Iraq: Influence of Media Exposure, Identification and Empathy. In D. Lemish & M. Götz (Eds.), *Children and Media in Times of War and Conflict* (pp. 75-98). USA: Hampton Press.
- Moore, D. C. (2013). Bringing the World to School: Integrating News and Media Literacy in Elementary Classrooms. *Journal of Media Literacy Education*, 5(1), 326-336.
- Nikken, P. & Götz, M. (2002). Children's Writings on the Internet About the War in Iraq: A Comparison of Dutch and German Submissions to Guestbooks on Children's TV News Programs. In D. Lemish & M. Götz (Eds.), *Children and Media in Times of War and Conflict* (pp.99-120). USA: Hampton Press.
- Pereira, S. (2003). As Crianças, a Guerra e os Meios de Comunicação. Acedido em: <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/4397>
- Sundin, E., Palm E. & Öhling, K. (2012). Working News Literacy Among Pre-Teens: From Selection to Reflection. *Journalism and Mass Communication*, 2(10), 1012-1018.
- Toepfl, F. (2014). Four Facets of Critical News Literacy in a Non Democratic Regime: How Young Russians Navigate Their News. *European Journal of Communication*, 29(1), 68-82.
- Wilson, C. (2012). Alfabetización Mediática e Informacional: Proyecciones Didácticas. *Comunicar*, 20(39), 15-24.

## FINANCIAMENTO

Fundação para a Ciência e a Tecnologia, no âmbito do QREN-POPH (Tipologia 4.1 – Formação Avançada), participado pelo Fundo Social Europeu e por fundos nacionais do MEC. Referência da bolsa: SFRH / BD / 80918 / 2011.