

Um estudo sobre a relação entre os conceitos “Jornalismo Líquido” e “Pós-verdade”¹

Juliane Rosa de ARAÚJO²

Cristina Vila Nova de VASCONCELOS³

Centro Universitário Tabosa de Almeida – Asces-Unita, Caruaru, PE

Resumo

A pós-revolução industrial, as tecnologias e a era digital trouxeram grandes mudanças à sociedade. A rapidez, instabilidade e a instantaneidade se tornaram marcas registradas da nova modernidade - líquida. O Jornalismo que se encontra inserido no meio social também teve reflexos dessas transformações. Diante deste cenário, vários conceitos começaram a surgir, como a pós-verdade, que faz menção a situações em que apelos emocionais e crenças pessoais, ao invés de fatos objetivos, são utilizados para moldar a opinião pública. Desta forma, este estudo propõe entender a relação, caso existente, entre os conceitos "Jornalismo líquido", - cunhado por Mark Deuze (2006), tomando base no conceito de "liquidez" de Zygmunt Bauman -, e "pós-verdade", - cunhado por Steve Tesich (1992). Os resultados aqui obtidos, pretendem contribuir com as discussões sobre a produção de conteúdo noticioso no atual cenário da imprensa, e proporcionar uma reflexão sobre o papel do jornalista na sociedade contemporânea.

Palavras-chave: Modernidade; Jornalismo líquido; Pós-verdade.

Introdução

Todo o avanço tecnológico e o processo de globalização têm feito com que a sociedade mude constantemente. As coisas estão a todo momento sendo substituídas rapidamente por outras novas. Por conseguinte, por que gastar tempo com consertos que consomem trabalho, se não é preciso mais que alguns momentos para jogar fora a peça danificada e colocar outra no lugar? (BAUMAN, 2001, p. 186).

¹ Trabalho apresentado no IJ01 – Jornalismo da Intercom Júnior – XVII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Graduanda em Jornalismo pelo Centro Universitário Tabosa de Almeida (Asces-Unita), e-mail: juliane783@gmail.com.

³ Orientadora da pesquisa e professora-mestre/coordenadora do curso de Jornalismo do Centro Universitário Tabosa de Almeida (Asces-Unita), e-mail: cristinavasconcelos@asces.edu.br.

Nesse sentido tem se construído o estilo de vida moderna; marcado pelas transformações constantes, rapidez, instantaneidade e oceanos de informações que afogam a criticidade e a seletividade do indivíduo. E nesse mar informativo, o perigo reina, pois existem os mais diversos tipos de conteúdo, desde materiais de cunho jornalístico, que foram devidamente apurados e verificados antes de adentrar a esfera pública, como também as famosas *fake news* e a pós-verdade; geralmente associada de forma equivocada com a mentira.

Imersas nesse oceano de informação e desinformação, encontram-se as bolhas sociais, que cercam os indivíduos com acessos, apenas, aos conteúdos de seus interesses. Os algoritmos criados pelo Google, e as redes sociais como Facebook e Instagram, são um grande exemplo disso. Essas bolhas aprisionam esses indivíduos e alimentam a pós-verdade, fazendo com que aquele grupo de pessoas passe a consumir apenas aquelas informações que coincidem com a visão de mundo partilhada pelo grupo, indo de encontro aos ideais de seus participantes e fazendo com que tudo aquilo que diverge seja tido como falso.

O que torna tudo isso intrigante, é que toda a tecnologia existente no meio moderno deveria tornar possível uma verificação detalhada dos fatos, antes de serem noticiados e adentrar à esfera pública; mas o que tem acontecido é o oposto, a tarefa se tornou mais árdua devido ao fato de que os indivíduos passaram a ser protagonistas de suas histórias.

Os efeitos dessa transição de espectador para produtor de notícia têm sido desafiadores para os profissionais do Jornalismo, pois agora é necessário, não apenas noticiar os fatos, mas selecionar o que é ou não notícia em um imenso mar de produções avulsas. E com cada grupo e pessoa contando sua própria versão de um fato, fica ainda mais difícil fazer essa distinção. Sem contar na instantaneidade e rapidez, que acaba ocasionando a veiculação de notícias e informações que não foram devidamente apuradas, entretanto, são aceitas como verdade pelo público que consome, e algumas vezes, até mesmo, pelos próprios profissionais do meio jornalístico devido a correia da rotina e os prazos apertados. Sobre isso, Traquina (2005) afirma:

O trabalho jornalístico é condicionado pela pressão das horas de fechamento, pelas práticas levadas a cabo para responder às exigências da tirania do fator tempo, pelas hierarquias superiores da própria

empresa, e, às vezes o(s) próprio(s) dono(s), pelos imperativos do jornalismo como um negócio, pela brutal competitividade, pelas ações de diversos agentes sociais que fazem a “promoção” dos seus acontecimentos para figurar nas primeiras páginas dos jornais ou na notícia de abertura dos telejornais da noite.

Essa pressão e rapidez, próprias da modernidade líquida, impedem que as notícias sejam produzidas de forma linear, dentro do prazo estabelecido, entretanto, seriam produzidas com uma maior verificação e apuração. Com a liquidez, as notícias passaram a se tornar flexíveis, fluídas e muitas vezes superficiais; quando deveriam ser aprofundadas, rigorosamente apuradas, objetivas e de acordo com a ética jornalística. Se o que é sólido se desmancha no ar, nada é menos sólido do que a maioria das notícias que os jornais publicam. O fato que provoca barulho não é necessariamente um fato importante. Importa o fato destinado a produzir mudanças na vida das pessoas. (NOBLAT, 2008, p.30).

O fim da modernidade sólida - época em que as bases e pilares da sociedade foram construídos -, levou à construção de uma nova modernidade marcada pela fluidez e os avanços tecnológicos. O líquido é fluido e, diferente dos sólidos, não pode suportar uma força tangente ou deformante quando está imóvel (BAUMAN, 2001). Logo, é facilmente moldado e está sempre em constante metamorfose. O Jornalismo seguiu o mesmo percurso, entrou em estado líquido seguindo o próprio fluxo e a evolução da sociedade, que se encontra amalgamada em rede digital, convergente, multimidiática e em tempo real (RUBLESKY, 2012).

Diante do contexto dessa modernidade, - dita líquida -, e da situação social vigente, encontra-se ainda a pós-verdade, que faz menção a situações em que apelos emocionais e crenças pessoais, ao invés de fatos objetivos, são utilizados para moldar a opinião pública. A expressão foi usada pela primeira vez em 1992, pelo dramaturgo sérvio-americano Steve Tesich e a partir de 2000 passou a ser vista com uma relação estreita com as chamadas mídias digitais.

Por ser validada pelas emoções e crenças pessoais de determinada pessoa, ou grupo, as informações acabam não sendo averiguadas e são disseminadas sem critério analítico/crítico entre aqueles que partilham das mesmas ideias e crenças. O que, devido a instantaneidade e efemeridade da modernidade líquida, torna a tarefa da verificação

cada vez mais árdua para os jornalistas e profissionais da Comunicação, como já mencionado.

Diante do exposto, este estudo se propõe a entender a existência de uma possível relação entre o conceito de "Jornalismo líquido", cunhado pelo estudioso holandês Mark Deuze (2006) - a partir do conceito Modernidade líquida de Zygmunt Bauman (2001) -, e o conceito de Pós-verdade, - usado a primeira vez pelo dramaturgo Steve Tesich, - o qual tem se tornado cada vez mais presente em discussões acadêmicas, políticas e ideológicas.

Metodologia

A pesquisa foi desenvolvida através do método de revisão bibliográfica, tomando por referência os textos-base dos conceitos “Modernidade líquida” e “Jornalismo líquido”, especificamente o livro “Modernidade líquida” de Zygmunt Bauman (2001) e o artigo “*Liquid Journalism*” de Mark Deuze (2006), - além de outros textos do segundo autor que tratam diretamente do tema. Já a pós-verdade não foi trabalhado com nenhum texto-base.

Para seleção do material bibliográfico sobre o tema, foram utilizados os seguintes descritores: pós-verdade; *post true*; e *pos-verdad*. Cabe esclarecer que o tema Jornalismo líquido também foi pesquisado a partir de descritores selecionados, sendo: Jornalismo líquido, *liquid journalism* e *periodismo líquido*. E os operadores booleanos utilizados no levantamento dos textos foram “e” e “ou”.

A análise do material foi conduzida com elementos de análise de conteúdos adequados a uma análise bibliográfica. Sendo selecionadas as ideias centrais de cada texto e em seguida a busca por elementos comuns, com abordagem divergente ou convergente, para então realizar um processo comparativo. O resultado dessa comparação apontou os resultados acerca da questão apresentada.

Definição dos conceitos:

Modernidade líquida de Bauman

O fim da Segunda Guerra Mundial (1939-1945) deixou grandes marcas no mundo. No pós-guerra a sociedade já não era mais a mesma, estava dando espaço para a modernidade começar a dar seus passos. Novos parâmetros de vida começaram a ser construídos, solidificando regras e normas que iriam reger a sociedade a partir de então. Nesse contexto, surge a modernidade sólida, período em que as coisas tinham um longo prazo de vida útil e eram feitas para durar, seja as relações, os trabalhos, as instituições, os produtos e/ou os itens comercializados.

Com o passar do tempo, - do ponto de vista sócio-histórico -, passou a haver um rompimento e uma quebra de certos paradigmas que seriam os pilares de sustentação dessa modernidade. Modelos tradicionais que, até então, tinham sido construídos, foram destruídos e reconstruídos. O dinamismo e a fluidez foram ganhando espaço; e padrões, códigos e regras que regiam a forma de viver dos indivíduos, passaram a mudar constantemente tornando-se cada vez mais fluidos.

Nesse contexto surge a modernidade líquida, que resultou no sujeito líquido, composto por diversas identidades, volúvel e sempre em constante mudança; busca instantaneidade, rapidez e satisfação de suas necessidades (BAUMAN, 2001). E como já dizia Bauman, vivemos tempos líquidos, o que seduz é o efêmero e o passageiro. “Nada foi feito para durar”.

Jornalismo líquido de Deuze

O conceito de Jornalismo Líquido foi apresentado pelo professor Mark Deuze (2006), para definir o exercício do Jornalismo num contexto de mutabilidade social, ou modernidade líquida, com base no conceito do sociólogo polonês, já citado anteriormente, Zygmunt Bauman (2001). Pois partindo do pressuposto que os leitores tenham avançado e que a liquidez se faz presente em todos os âmbitos da sociedade: como um jornal ou veículo de comunicação, formado por indivíduos, não seguiria o mesmo fluxo? Sendo que o estado de fluxo do Jornalismo, como um sistema social, passa por um processo de mudança, passando por transformações e podendo ser moldado, adaptado; ou seja, fluido.

É importante destacar que foi no século XIX que o Jornalismo começou a dar seus primeiros passos, para já no século seguinte começar a construir suas bases sólidas na modernidade através das mídias tradicionais (rádio e televisão). Por fim, no século atual, XXI, a modernidade líquida entra no seu apogeu, determinando mudanças nas produções jornalísticas e resultando nesse “Jornalismo líquido” aqui discutido; sendo a Internet a ferramenta primordial nesse processo. Sobre o Jornalismo líquido, Deuze (2007) comenta em seu blog:

Parafrazeando Zygmunt Bauman (em: Liquid Life): o jornalismo líquido é uma forma de trabalho de mídia (amador ou profissional) em que as condições sob as quais seus membros agem mudam mais rápido do que as formas de agir para se consolidar em hábitos e rotinas.⁴

Pós-verdade

É notável que diversas notícias permeiam portais, blogs e sites todos os dias, e cada qual com seu próprio caráter; sejam notícias verídicas ou irreais, atemporais ou factual, apuradas ou produzidas de forma superficial. E a pós-verdade também está inserida nesse meio noticioso, quando as informações não condizem com os fatos, mas com crenças próprias. É quando uma informação não usa um fato objetivo, mas sim um apelo e crença pessoal para definir e moldar a opinião pública, de acordo com o (OXFORD, 2016).

Cunhada pelo dramaturgo sérvio-americano Steve Tesich, a expressão foi usada pela primeira vez em 1992, e a partir de 2000 passou a ser relacionada com as mídias. A expressão funciona da seguinte maneira: por ser uma verdade partilhada entre emissor e receptor, não há interesse em averiguar por parte de quem recebe. Dito isso, é necessário considerar que, apesar de a partilha do sentido ser condição da comunicação, é também comum haver divergências no que se refere à apreensão da realidade (SEIXAS, 2018).

Desta forma, seguindo o pensamento de (SEIXAS, 2018) os fatos têm capacidade de gerar diferentes interpretações, e muitas vezes, se chocam por serem antagônicos.

⁴ Disponível no endereço eletrônico <http://deuze.blogspot.com/2007/05/more-liquid-journalism.html>. To paraphrase Zygmunt Bauman (in: Liquid Life): liquid journalism is a form of (amateur or professional) media work wherein the conditions under which its members act change faster than it takes the ways of acting to consolidate into habits and routines.)

Ademais, o problema de diferentes versões e interpretações que se constroem sobre um fato se intensifica por estas serem, em todo momento, remodeladas à medida que aparecem novas ideias.

Porém, o que se acentua na era da pós-verdade é a indisponibilidade ao diálogo entre as distintas opiniões, pela consideração, valorativa, por certo, de já se conhecer a única verdade possível sobre determinada questão. A pós-verdade, dessa forma, evocava, uma espécie de verdade absoluta que impele os sujeitos a já predisporerem de determinada leitura dos fatos, rejeitando tudo o que difere, compartilhando o que se iguala, sem ao menos refletir sobre o que está sendo proposto como verdade (SEIXAS, 2018).

Com efeito, o caráter íntimo de uma convicção está relacionado com a identificação entre o sujeito, os seus valores e afeições, e os argumentos que se mostrem familiares para si em termos de ideologia e posicionamento. E, quando algo for contrário à sua convicção, haverá resistência, pois quanto mais se resiste e se distancia de outras identidades, ideias e ideologias, menos se correria o risco de absorvê-las. (SEIXAS, 2018).

Atividade Jornalística

A TV e o rádio, desde que surgiram, se tornaram veículos de prestígio e credibilidade por manterem as pessoas entretidas e por dentro dos acontecimentos de suas localidades e do mundo, coisa que se perpetua até os dias atuais. Com a chegada da Internet e toda tecnologia de ponta que começou a surgir, os indivíduos passaram não apenas a receber informações, mas a serem bombardeados por elas.

Diante deste cenário, não é difícil encontrar pessoas receosas em relação a veículos de informações, e até mesmo aos próprios telejornais. Pois, em um oceano de informações e desinformações, se torna árduo identificar se o conteúdo é verídico e coincide com a realidade, e isso acaba por diminuir o reconhecimento pela atividade jornalística. Contudo, o que esperar quando grandes autoridades fazem pouco caso dos meios de comunicação, influenciando milhares de seguidores e toda a população como foi no caso do ex-presidente dos Estados Unidos, George W. Bush, que em 2003 anunciou

com orgulho publicamente não ler jornais, afirmando que não confiava em reportagens para tomar nenhuma de suas decisões?

Isso se faz perceber o quanto após a chegada da tecnologia e das mídias sociais, e a passagem de receptor para também produtor de conteúdo, fez com que muitos se sentissem aptos para desenvolver a profissão e passaram deslegitimar a atividade jornalística, e mais ainda, seus profissionais. E todo esse contexto, acaba contribuindo com o aumento da pós-verdade. Pois para a maioria parece mais cômodo viver desta forma: produzindo seu próprio conteúdo, compartilhando sua “verdade”.

Além de tudo isso, existem os programas de caráter sensacionalistas, que acabam afetando a imagem do Jornalismo comprometido a objetividade dos fatos e com seus princípios e Código de Ética. Porém, muitos têm preferência a esse tipo de conteúdo, o que leva a crer, de acordo com o que até aqui foi analisado, que podem compactuar com as falas e posicionamentos desse tipo de veículo, e com a forma que tais fatos são apresentados por eles. Sendo em sua maioria, conteúdos de cunho irônico, ambíguo, com tom humorístico desmerecendo a pessoa humana, deixando sempre explícito seus posicionamentos em torno dos fatos.

Tudo isso acaba tornando o trabalho jornalístico cada vez mais delicado. São autoridades e indivíduos que produzem conteúdos em suas mídias digitais, programas sensacionalistas, e ainda a imediatez dos prazos a que o profissional está sempre sujeito; o que contribui consideravelmente para o surgimento e disseminação da pós-verdade na sociedade.

De acordo com o jornalista holandês, Deuze, o Jornalismo se tornou líquido. No entanto, ele não apresenta isso como positivo ou negativo, mas como algo que os profissionais devem se habituar, procurando sempre a melhor maneira de produzir conteúdo, se adaptando e atendendo as necessidades de seu público, seguindo o mesmo fluxo de transformação. Ele destaca em seu blog:

Quer os criadores de conteúdo gostem ou não, esta é a era da fragmentação. Em uma indústria após a outra, os consumidores estão se voltando com os pés contra os velhos métodos de embalagem e distribuição de informações. Eles querem escolher o que é do seu interesse, sem ter que pagar ou vasculhar o que não é. Essa mudança, influenciada pela tecnologia, abalou ou destruiu os modelos de negócios das empresas de conteúdo. Tornou tudo o que eles fazem mais

arriscado. E isso os tirou do poder que antes desfrutavam, forçando-os a trabalhar com novas empresas e setores que de alguma forma definiram as regras. Diante de tal situação, é compreensível que os criadores de conteúdo fiquem irritados. Mas a chance de definir as regras básicas já passou há algum tempo, e é hora de os criadores de conteúdo perceberem isso e se ajustarem. (DEUZE, 2007).⁵

Logo se o público muda, segundo Deuze (2006), e Noblat (2008), o Jornalismo também deve mudar. Contudo, quanto ainda será modelado e remodelado, e quais consequências para a profissão e a sociedade isso acarreta? Bauman faz uma reflexão semelhante ao comentar durante entrevista concedida ao blog de Deuze, no dia 5 de julho de 2006, o seguinte: “A vida líquida leva os jornalistas a se comportarem da forma que o fazem, caso contrário são expulsos, eliminados e jogados fora porque não cabem. Por outro lado, ao jogar este jogo, o Jornalismo reforça este modo de vida líquido moderno.” (BAUMAN, 2006)⁶.

Relação entre os conceitos

Características	Jornalismo Líquido	Pós-verdade
Ausência de verificação	x	x
Informação falsa/equivocada	x	x

⁵ “Whether or not content creators like it, this is the age of fragmentation. In industry after industry, consumers are voting with their feet against old methods of packaging and distributing information. They want to pick and choose what’s of interest to them, without having to pay for or wade through what isn’t. That change, midwived by technology, has shaken or shattered content companies’ business models. It’s made everything they do more risky. And it’s stripped them of power they once enjoyed, forcing them to work with new companies and industries that somehow got to set the rules. Faced with such a situation, it’s understandable that content creators are angry. But the chance to set the ground rules passed some time ago, and it’s high time for content creators to realize that and adjust.” (Endereço eletrônico disponível nas referências).

⁶ “Liquid life prompts journalists to behave in the way they do, otherwise they are kicked out, eliminated, thrown away because they do not fit. On the other hand, by playing this game, journalism reinforces this liquid modern way of life.”

Superficialidade e ausência do princípio da objetividade	x	x
Rapidez na veiculação	x	x
Procura agradar	x	x
Objetivo de convencer	x	x
Informações baseadas em crenças pessoais e subjetividade	-	x

Ao traçar uma tabela comparativa é possível notar que os conceitos possuem várias características em comum, - não que sejam iguais -, mas acabam se complementando. A grande maioria das características mencionadas pode ser observada em ambos, contudo, o Jornalismo líquido não necessariamente deseja convencer a veracidade de um fato, e sim satisfazer seu público. Já no quesito das informações serem baseadas em crenças e apelos emocionais, o Jornalismo líquido também não se caracteriza - não que nesse tipo de Jornalismo isso não possa ocorrer -, entretanto, não se enquadra como um dos seus principais aspectos.

No que se refere a atividade da profissão, ela consiste em fiscalizar fatos e os noticiar. O ato de fiscalização requer tempo e esforço por parte de quem o faz para não deixar que nada passe despercebido. Por isso, se faz necessário compreender e conseguir distinguir quando as conversas que rondam os fatos ou até mesmo os próprios “fatos”, se tratam de pós-verdade. Desta forma, pode-se notar que a imediatez e ausência de forte verificação no Jornalismo líquido, contribui com a propagação e aumento da pós-verdade. E se tratando da informação, repetir e veicular não torna um determinado fato real. Além disso, é preciso entender que a verdade muitas vezes pode estar velada diante de todos, inclusive daqueles que acreditam possuí-la.

Nesse sentido, como defende Deuze (2006), é necessário se adaptar aos novos formatos e seguir o fluxo da sociedade, contudo, o profissional não deve permitir que isso comprometa a qualidade do seu conteúdo e que o surgimento e propagação de pós-verdade seja alimentado através de suas produções. Deve-se estar atento e ser cauteloso com o conteúdo que produz, seguindo os princípios e o código de ética.

Considerações finais

A sociedade ainda se habitua a Internet, as mídias digitais, a tecnologias e ao fluxo intenso de informações, - que é típico do Jornalismo dito líquido e um ambiente favorável para a pós-verdade. E como passeia pelas bocas das pessoas nos ditos populares, "a pressa é inimiga da perfeição". E isso pode-se constatar na problemática em questão. A rapidez traz inúmeras possibilidades de falhas, e eis sua falha no dito Jornalismo líquido; tornou visível a camuflagem de pós-verdade e informações falsas presente em seus conteúdos. É importante esclarecer que a liquidez não originou a pós-verdade, ela sempre esteve presente ao longo da história, nas rodas de conversas e em meio as tradições orais. Porém só ganhou nome e roupagem, passando a ser notada, nos últimos anos.

Até então, como os profissionais possuíam mais tempo para verificar as informações, e conseqüentemente produzir, era possível haver uso da pós-verdade, mesmo que inconscientemente por parte dos mesmos, em situações que suas próprias crenças e ideias eram refletidas nas informações, sendo passadas despercebida pelo público, que adotava tais pensamentos de forma taciturna.

Contudo, assim como as notícias passaram a ser rapidamente produzidas e veiculadas, também passaram a ser ligeiramente consumidas e compartilhadas alcançando públicos cada vez maiores, devido à internet, tornando a existência da pós-verdade visível a muitos. Apesar disso, segue sendo consumida no meio social e digital, principalmente por aqueles que se apresentam pouco abertos à reflexão e a criticidade.

Logo, através da pesquisa foi possível identificar uma relação existente entre os dois conceitos estudados, chegando a conclusão de que os mesmos não se igualam, mas se complementam. Ao traçar a tabela comparativa, foi notado diversas características que os correlacionam. Além disso, também ficou em evidência a importância do senso crítico e do diálogo com o diferente, principalmente no meio noticioso.

REFERÊNCIAS

BALBINO, Ana Cristina Alves; JUSTAMAND, Michel. **Pós-verdade: o que vale realmente?** SOMANLU: Revista de Estudos Amazônicos – UFAM. ISSN (impresso): 1518-4765 / ISSN (eletrônico): 2316-4123 n° 1, Agos./Dez. 2019.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

BRANDÃO, Maria de Fátima Ramos; SIMEÃO, Elmira Luzia Melo Soares; SANTANA, Gislane Pereira. **Os efeitos sociais da informação no contexto da pós-verdade: perspectivas de estudo das “fake news” na Ciência da Informação**. Disponível em: <http://seminariohispano-brasileiro.org.es/ocs/index.php/viishb/viishbucm/paper/view/334/51>. Acesso em: 6, mai. 2020.

CÁRCOVA, Carlos María. **Sobre o conceito de pós-verdade**. ANAMORPHOSIS – Revista Internacional de Direito e Literatura. v. 4, n. 1, janeiro-junho 2018 © 2018 by RDL – doi: 10.21119/anamps.41.5-16.

COSTA, Caio Túlio. **Modernidade líquida, comunicação concentrada**. Revista USP. São Paulo - 2015.

DA SILVA, Josiel Lucas e ZONTA, Suély. **Os riscos e o impacto da era pós-verdade no Jornalismo**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXIII Congresso de Ciências da Comunicação na região sudeste - Belo Horizonte - MG - 7 a 9/06/2018.

DEUZE, Mark. Deuzeblog; 2007. Disponível em: <<http://deuze.blogspot.com/>>. Acesso em: 10 de jun, 2020.

DEUZE, Mark. **Liquid Journalism**. Bloomington: Indiana University, 2006. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/37611763_Liquid_Journalism>. Acesso em: 12 jun. 2019.

DEUZE, Mark. **The Changing Context of News Work: Liquid Journalism and Monitorial Citizenship**. *International Journal of Communication*, n. 2, 2008, p. 848-865.

DEUZE, Mark. **The web and its journalisms: considering the consequences of different types of news media online**. *New media & Society*. 2003. SAGE Publications. London, Thousand Oaks, CA and New Delhi Vol5 (2):203-230.

GENESINI, Silvio. **A pós-verdade é uma notícia falsa.** Revista USP. São Paulo - 2018.

Grupo Gamaro. **Estilo de vida moderno: como se adaptar á rapidez do mundo atual.** On-line. Disponível em: <<http://www.gamaro.com.br/blog/estilo-de-vida-moderno/>> acesso em: 27 de Jul. 2019.

MUNDO EDUCAÇÃO. **Modernidade líquida.** Disponível em: <<https://www.google.com/amp/s/m.mundoeducacao.bol.uol.com.br/amp/sociologia/modernidad-e-liquida.htm>> acesso em: 28 de Mar. 2019.

NOBLET, Ricardo. **A arte de fazer um jornal diário.** – 8, ed. 1ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2014.

Observatório da Imprensa. **Jornalismo líquido, o que é isto?** On-line. Disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/jornal-de-debates/jornalismo-liquido-o-que-e-isto/>> Acesso em: 28 de Mar. 2019.

RUBLESKKI, Anelise. **A notícia líquida na nova ecologia midiática.** *Observatorio (OBS*) Journal*, vol.7 - nº2 (2013), 183-196.

_____. **Jornalismo líquido e a webnotícia profissional:** metamorfoses produtivas, deslocamentos conceituais e o duplo estatuto das notícias. Estudos em Jornalismo e Mídia - Vol. 9 Nº 1 – Janeiro a Junho de 2012. ISSN 1984-6924.

RUBLESKKI, Anelise e SILVA, Alexandre. **Jornalismo líquido:** tendências de ampliação do campo. 2012. SBPjor / Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo.

SANTOS, Jeane. **A liquidez do tempo e seus reflexos para o jornalista.** *RECIIS – Rev Eletron Comun Inf Inov Saúde*. 2016, jan.-mar.; 10(1)[www.reciis.icict.fiocruz.br] e-ISSN 1981-6278.

SEIXAS, Rodrigo. **A retórica da pós-verdade:** o problema das convicções. EID&A - Revista Eletrônica de Estudos Integrados em Discurso e Argumentação. ISSN 2237 - 6984.

SOUZA, Kennedy e TESSAROLO, Felipe. **Fake News:** Ética e credibilidade jornalística em risco. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Curitiba - PR – 04 a 09/09/2017.

TESICH, Steve. **A government of lies.** The nation, 14 jan. 1992.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo:** Porque as notícias são como são – volume 1.3 ed. Florianópolis: Insular, 2005.

Voxpress. **Jornalismo líquido.** On-line. Disponível em:
<<http://www.voxpress.com.br/blog/jornalismo-liquido/>> Acesso em: 29 de Mar. 2019.