



UNIVERSIDADE
LUSÓFONA

Universidade Lusófona - Centro Universitário do Porto

**Faculdade de Comunicação, Arquitetura, Artes e Tecnologias da
Informação**

Literacia dos *Media* e da Informação e Cidadania Digital

Minuto da Literacia:

**proposta de um programa de educação para os *media* em
Portugal**

Dissertação de Mestrado apresentada a provas públicas para a obtenção do grau de mestre em Literacia dos *Media* e da Informação e Cidadania Digital, orientada pela Professora Doutora Vanessa Ribeiro-Rodrigues

Sofia de Castro Coelho

2025



UNIVERSIDADE
LUSÓFONA

Centro Universitário do Porto

**Faculdade de Comunicação, Arquitetura, Artes e Tecnologias da
Informação**

Literacia dos *Media* e da Informação e Cidadania Digital

**Minuto da Literacia: proposta de um programa de educação para
os *media* em Portugal**

Dissertação defendida em provas públicas na Universidade Lusófona, Centro Universitário do Porto no dia 24/02/2025, perante o júri, nomeado pelo Despacho de Nomeação n.º: 1135/2024, de 10 de dezembro, com a seguinte composição:

Presidente: Prof^a Doutora Maria José Lisboa Brites de Azeredo

Arguente: Prof. Doutor Miguel Ângelo Rodrigues Midões (Instituto Politécnico de Viseu)

Orientadora: Prof^a Doutora Vanessa Ribeiro-Rodrigues

Sofia de Castro Coelho

2025

É autorizada a reprodução parcial desta dissertação, apenas para efeitos de investigação, mediante declaração escrita do interessado, que a tal se compromete.

Dedicatória

Dedico esta dissertação a uma das pessoas que só tenho a agradecer por tudo o que fez por mim e que sempre quis que eu tivesse todas as oportunidades que a vida me pudesse proporcionar através do conhecimento e da aprendizagem. Que investiu no meu futuro mais do que ninguém e que sempre me incentivou. À estrelinha mais preciosa e brilhante que agora está no céu, o meu papá.

Espero que te orgulhes de mim, depois de todos os obstáculos ultrapassados e pelo processo percorrido sem nunca desistir. Foste e és a minha motivação e esta dissertação é para ti.

Muitas saudades tuas. Beijinhos da tua Sofia.

Agradecimentos

Primeiro de tudo quero agradecer aos meus pais, João Pedro Coelho e Ângela Vidinha de Castro, que me inspiram, apoiam em todas as fases e incentivam sempre para me tornar na minha melhor versão e investir sempre em mim.

Ao meu tio Quim, que está sempre disponível para me ajudar em tudo o que eu preciso.

Ao meu namorado Diogo, por toda a paciência e todos os domingos à tarde em casa enquanto eu estudava e lutava para finalizar este projeto.

Aos professores do curso que foram sempre muito prestáveis e dedicados. E mais importante à minha orientadora Doutora Vanessa Ribeiro-Rodrigues, por acreditar na minha ideia, mas nunca deixando de a questionar colocando-me assim a pensar. Também por todos os conselhos e por todo o apoio durante este longo processo.

A uma das minhas melhores amigas da vida, Ana Pereira, pelas leituras e opiniões, que mesmo não conhecendo o conceito de literacia dos *media*, esteve sempre pronta para me ajudar e motivar.

À minha colega de mestrado Patrícia, que foi a minha fiel companhia e apoio emocional durante estes últimos anos.

Também aos cidadãos que expressaram as suas contribuições para que o desenvolvimento desta proposta de projeto de investigação fosse possível.

Aos meios de comunicação social que se disponibilizaram para participar neste projeto de investigação.

Por fim, a todas e a todos aqueles que direta ou indiretamente contribuíram na elaboração desta proposta de projeto final de mestrado que agora me dará o grau de mestre.

Resumo

Na sociedade atual o consumo diário de informações *online* tornou-se uma prática comum entre os cidadãos portugueses. Embora a *internet* tenha proporcionado inúmeras vantagens, também trouxe consigo desvantagens significativas, como a desinformação e as desordens informativas associadas. Por este motivo, torna-se necessário reforçar a literacia dos *media*.

Este problema afeta cidadãos de todas as faixas etárias, que desempenham o papel de consumidores e produtores de informações em contexto digital. Urge refletir sobre as implicações das suas interações nesse contexto. Apesar da existência de diversos projetos direcionados para esta temática, as soluções existentes continuam aquém das reais necessidades, conforme reconhecido pelos próprios cidadãos. Assim, coloca-se a seguinte questão de investigação: “Que tipo de modelo/proposta de programa de literacia para os *media* poderá ser mais eficaz para educar os cidadãos?”.

Com o objetivo de responder à pergunta de investigação, recorreu-se a uma metodologia mista. Primeiramente, foi aplicado um questionário geral sobre a temática em análise (N=101). Posteriormente, um segundo questionário forneceu orientações para a elaboração da proposta intitulada “Minutos da Literacia” (N=101). Foram ainda realizadas sete entrevistas a profissionais que desempenham funções nos meios de comunicação social.

A proposta foi concebida para ser implementada em diferentes plataformas, incluindo jornais, rádio, televisão e meios digitais nativos. O seu desenvolvimento baseia-se nas principais recomendações dos participantes do estudo, considerando aspetos como o formato preferido, os meios de comunicação social mais utilizados, a duração ideal, as cores representativas e os temas prioritários a serem abordados.

Palavras-chave: Literacia dos *media*; Projetos de intervenção de literacia dos *media*; Competências digitais; Cidadania responsável; Meios de Comunicação Social

Abstract

In contemporary society, the daily consumption of online information has become a common practice among Portuguese citizens. While the internet has brought numerous advantages, it has also introduced significant disadvantages, such as misinformation and associated informational disorders. For this reason, it is necessary to strengthen media literacy.

This issue affects citizens across all age groups, who play the role of consumers and producers of information in the digital context. It is urgent to reflect on the implications of their interactions in this environment. Despite the existence of several projects aimed at addressing this issue, current solutions remain insufficient to meet actual needs, as acknowledged by citizens themselves. Thus, the following research question arises: “What type of model or proposal for a media literacy program would be most effective in educating citizens?”

To address the research question, a mixed-methods approach was adopted. Firstly, a general questionnaire on the topic under analysis was conducted (N=101). Subsequently, a second questionnaire provided guidance for the development of the proposal entitled “Minute of Literacy” (N=101). In addition, seven interviews were conducted with professionals working in the field of social communication.

The proposal was designed to be implemented across various platforms, including newspapers, radio, television, and native digital media. Its development is based on the key recommendations of the study participants, considering aspects such as the preferred format, the most utilized media channels, ideal duration, representative colors, and the priority themes to be addressed.

Keywords: Media literacy; Media literacy intervention projects; Digital skills; Responsible citizenship; Social communication media.

Abreviaturas, Siglas e Símbolos

ALPMJ – Associação Literacia para os *Media* e Jornalismo

CNCS – Agência Lusa, Centro Nacional de Cibersegurança

CNE – Conselho Nacional de Educação

CNU – Comissão Nacional da UNESCO

DGE – Direção-Geral da Educação

DN – Diário de Notícias

ERC – Entidade Reguladora para a Comunicação Social

ESCS – Escola Superior de Comunicação Social

FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia

FILM – Fórum sobre Literacia Mediática

GILM – Grupo Informal sobre Literacia Mediática

ICA – Instituto do Cinema e do Audiovisual

JN – Jornal de Notícias

Milobs – Observatório sobre Média, Informação e Literacia

OberCom – Observatório da Comunicação

OCDE – Organização para a Cooperação e Desenvolvimento

PNLM – Plano Estratégico Literacia Mediática

RBE – Rede de Bibliotecas Escolares

RTP – Rádio e Televisão de Portugal

SIC – Sociedade Independente de Comunicação

SGPCM – Secretária-Geral da Presidência do Conselho de Ministros

SMAL – Setembro, Mês da Alfabetização e das Literacias

TRUE – *Trustworthy news and related content for a Unified writing environment*

TVI – Televisão Independente

UNESCO – Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

Índice

Introdução	1
Capítulo 1: Literacia dos <i>media</i> , as desordens informativas e os projetos nacionais	5
1.1. A Literacia e a educação para os <i>media</i>	5
1.2. As desordens informativas como “problema sistémico”	10
1.3. Projetos de Literacia dos <i>Media</i> em Portugal.....	12
1.3.1. Grupo Informal sobre Literacia Mediática.....	14
1.3.2. Diário de Notícias e Jornal de Notícias - <i>Media Lab</i>	15
1.3.3. Observatório sobre Média, Informação e Literacia - Milobs	16
1.3.4. RadioActive	16
1.3.5. RTP Ensina - Educação para os <i>Media</i>	17
1.3.6. Referencial de educação para os <i>media</i>	18
1.3.7. Associação Literacia para os <i>Media</i> e Jornalismo (ALPMJ)	19
1.3.8. Digi-Educa	19
1.3.9. <i>Media Veritas</i>	20
1.3.10. Setembro, Mês da Alfabetização e das Literacias - SMAL.....	21
1.3.11. Público na Escola - Educação para os <i>media</i>	21
1.3.12. TRUE: Trustworthy news and related content for a Unified writing environment	22
1.3.13. SMaRT-EU.....	23
1.3.14. bYou.....	23
1.3.15. Vozes de Gaia	24
1.3.16. YouNDigital.....	25
1.3.17. Plano Nacional de Literacia Mediática	25
1.4. Projetos de literacia dos <i>media</i> e a sua continuidade	26
Capítulo 2: Competências digitais para uma cidadania responsável.....	28
2.1. Competências Digitais.....	28

2.2. Cidadania Digital: cidadãos e literacia dos <i>media</i>	30
2.2.1 Direito e deveres dos cidadãos digitais	32
Capítulo 3: Metodologia	34
3.1. Questão de partida, subquestões e objetivos da proposta	35
3.2. Local de implementação do projeto e participantes	39
3.3. Metodologia e métodos	42
3.4. Os inquéritos por questionários e as entrevistas	43
3.5. Questões éticas do projeto	45
Capítulo 4: Análise e Discussão de Resultados	47
4.1. Literacia dos <i>media</i> pelos cidadãos portugueses	47
4.2. Literacia dos <i>media</i> pelos Profissionais de comunicação nos órgãos de comunicação social em Portugal	67
4.3 Visão para o futuro da literacia dos <i>media</i> em Portugal	79
4.4 A Motivação da proposta.....	96
Capítulo 5: “Minutos da Literacia” - A proposta	100
5.1 Minutos de Literacia: um programa de educação para os <i>media</i>	101
Conclusão.....	110
Referências.....	113
Apêndices	120
1. Guião e respetivas respostas da entrevista aos meios de comunicação social.....	120
2. Questionário realizado aos cidadãos portugueses para a investigação e respetivas respostas numeradas	160
3. Que tipo de modelo/proposta de programa de literacia para os <i>media</i> poderá ser mais eficaz para educar os cidadãos?	210
Anexos	239

Índice de Quadros

Quadro 1: Guião da entrevista realizada aos profissionais dos meios de comunicação social.....	44
Quadro 2: 10 ideias de temas para episódios distintos.....	103
Quadro 3: Domínios das desordens informativas.....	107

Índice de Gráficos

Gráfico 1: Idade dos inquiridos no primeiro questionário.....	48
Gráfico 2: Género dos inquiridos no primeiro questionário.....	48
Gráfico 3: Região a que pertencem os inquiridos no primeiro questionário.....	49
Gráfico 4: Resultados da questão: “Considera-se uma pessoa informada no que diz respeito à cultural?”.....	50
Gráfico 5: Resultados da questão: “Tem conhecimento de projetos ligados ao conceito de literacia dos <i>media</i> ?”.....	51
Gráfico 6: Resultados da questão: “Se respondeu "sim" à pergunta anterior, os projetos de literacia dos <i>media</i> que conhece foram realizados no concelho em que reside?”.....	52
Gráfico 7: Resultados da questão: “Assinale projetos de literacia dos <i>media</i> que tem conhecimento, ou que já ouviu falar sobre?”.....	52
Gráfico 8: Resultados da questão: “Já participou em algum projeto de literacia dos <i>media</i> ?.....	53
Gráfico 9: Resultados da questão: “Considera-se uma pessoa que exerce uma cidadania responsável, no que diz respeito à informação e partilha de informação?”.....	54
Gráfico 10: Resultados da questão: “Que cuidados tem, habitualmente, no que diz respeito à informação e à partilha de informação?”.....	55
Gráfico 11: Resultados da questão “O que é para si a cidadania digital?”.....	56
Gráfico 12: Resultados da questão: “Considera-se um cidadão/ cidadã digital?”.....	57
Gráfico 13: Competências que os inquiridos consideram ter.....	57
Gráfico 14: Resultados da questão: “Considera que uma informação na internet e uma notícia são o mesmo?”.....	58
Gráfico 15: Resultados da questão: “Entende o que são notícias falsificadas?”.....	60
Gráfico 16: Resultados da questão: “Se tivesse “em mãos” uma informação, uma fotografia, ou um vídeo falsificado saberia através de que meios comprová-lo?”.....	60
Gráfico 17: Resultados da questão: “Considera que as práticas jornalísticas dos meios de comunicação social promovem o conceito de literacia dos <i>media</i> ?”.....	62
Gráfico 18: Resultados da questão: “Acha importante serem realizados mais projetos ligados à literacia dos <i>media</i> ?”.....	62
Gráfico 19: Resultados da questão: “Em que meios acham que deveriam ser implementados os projetos?”.....	63

Gráfico 20: Resultados da questão: “Que temas considera que seriam importantes explorar num projeto de Literacia dos <i>media</i> implementado nos meios de comunicação (televisão, rádio, jornal e online)?”	64
Gráfico 21: Idade dos inquiridos no segundo questionário.....	80
Gráfico 22: Género dos inquiridos no segundo questionário.....	80
Gráfico 23: Região a que pertencem os inquiridos no segundo questionário.....	81
Gráfico 24: Resultados da questão: “Qual o meio de comunicação social onde teria maior interesse em ter acesso a conteúdo relacionado com literacia dos <i>media</i> ?”.....	82
Gráfico 25: Resultados da questão: “Que formato considera mais adequado para a criação de um programa sobre literacia dos <i>media</i> e do jornalismo?”.....	83
Gráfico 26: Resultados da questão: “Que cores considera apropriadas para um programa sobre literacia e educação para os <i>media</i> ?”	84
Gráfico 27: Resultados da questão: “Quanto à linguagem a ser utilizada?”.....	84
Gráfico 28: Resultados da questão: “No caso, por exemplo, da imprensa, como preferia ver exposta a informação?”.....	85
Gráfico 29: Resultados da questão: “Considera que seria relevante a apresentação de todos os assuntos referidos nas questões anteriores, divididos em vários programas?”.....	91
Gráfico 30: Resultados da questão: “Considera que estes conteúdos poderiam integrar as pausas entre programas na televisão pública (RTP)?”.....	92
Gráfico 31: Resultados da questão: “Quanto tempo deve conter este tipo de conteúdo em televisão, por exemplo?”.....	93
Gráfico 32: Resultados da questão: “Quanto tempo deve conter este tipo de conteúdo, por exemplo, em rádio?”.....	94
Gráfico 33: Resultados da questão: “Que espaço deve preencher este tipo de conteúdo na imprensa?”	94
Gráfico 34: Resultados da questão: “Quanto tempo deveria ter este conteúdo em forma de áudio ou vídeo?”.....	95

Índice de Figuras

Figura 1: Áreas de competência e descritores (Dimensão 1 e 2) pela DigComp. 2.2 (2014).....	30
Figura 2: Modelo de Logótipo do “Minutos da Literacia”.....	104
Figura 3: Proposta de Infografia para a imprensa.....	105
Figura 4: Especialista a explicar o conceito de <i>fake news</i>	106
Figura 5: Programa com interação de especialistas sobre as desordens informativas.....	107
Figura 6: Proposta de meme sobre <i>fake news</i>	109

Introdução

A sociedade contemporânea vive imersa num ambiente de comunicação mediado por tecnologias digitais, onde a informação circula de forma instantânea e sem controlo. Neste contexto, a literacia dos *media* tornou-se uma competência fundamental para garantir que os cidadãos possam exercer a sua cidadania de forma informada, responsável e crítica.

Autores como Paisana (2024) referem-se à literacia dos *media* como uma multiplicidade de atores e objetivos com carácter multidimensional. Lyman (1979) descreve o conceito de literacia dos *media* como “a habilidade de compreender matérias, ler criticamente, usar materiais complexos e aprender por si mesmo”. Este termo que envolve a capacidade de aceder, analisar, avaliar e criar conteúdos mediáticos de forma crítica, é necessário para compreender a complexidade do combate à desinformação e às informações manipuladas.

Ao longo do tempo no mundo e em Portugal têm vindo a ser desenvolvidos diversos projetos de literacia dos *media* com o objetivo de desenvolver competências nos cidadãos que contribuem para uma sociedade mais consciente dos perigos digitais provocados pelas desordens informativas.

Assim, a presente dissertação tem como objetivo entender qual a melhor forma de educar os cidadãos através de projetos de literacia dos *media*, mais especificamente para a criação de um programa de informação sobre o tema, com base num formato de educação informal, tendo em vista a crescente complexidade e diversidade das plataformas mediáticas. Ao contrário dos vários projetos já existentes, tal como especificados na secção 1.3., mais centrados em contextos escolares e para profissionais dos *media*, este estudo ensaia questionar os cidadãos acerca de que tipo de programa informativo seria mais eficaz para comunicar e educar para a literacia dos *media* e do jornalismo, através dos meios de comunicação social tradicionais e digitais.

Dotando os cidadãos portugueses de ferramentas para reforçar a compreensão e a relevância da literacia dos *media* e do jornalismo, realizou-se primeiro, um diagnóstico sobre a compreensão dos cidadãos sobre o conceito de literacia dos *media*, através de questionários *online* a cidadãos com idades compreendidas entre os 15 anos e os 65 anos. Por outro lado, com o mesmo fim, realizaram-se entrevistas a profissionais de comunicação que exercem funções nos órgãos de comunicação social (jornal, rádio, televisão e nativo digital). E por fim,

foi realizado um outro inquérito por questionário *online* para entender a forma que o modelo de proposta de programa deve contemplar.

A investigação surge na sequência de dois factos relevantes. Primeiramente, a identificação de vários projetos de literacia dos *media* em Portugal, e da relevância da sua continuidade e transformação constante. E, também, a partir de um estudo exploratório sobre as diferenças entre o que é informação e o que é publicidade, realizado no âmbito da unidade curricular de Desordens Informativas¹ que forneceu pistas sobre uma possível confusão entre os dois campos, abrindo espaço para as desordens informativas e pelo aprofundamento de conhecimento a partir dos meios de comunicação social. A justificação da importância do desenvolvimento de investigação neste âmbito articula-se com a realização de uma proposta de programa para todos os meios de comunicação social de forma a tornar os cidadãos portugueses mais informados e responsáveis em sociedade.

No que concerne à pesquisa da revisão de literatura, foi orientada pelos termos literacia dos *media*, projetos de intervenção, competências digitais e cidadania digital, sendo realizada em repositórios científicos de acesso aberto em Portugal. Reforça-se a importância social e científica do “Minuto da Literacia: proposta de um programa de educação para os *media* em Portugal” como um instrumento de combate à iliteracia digital, respondendo à pergunta de partida: “Que tipo de modelo/proposta de programa de literacia para os *media* poderá ser mais eficaz para educar os cidadãos?”.

A pesquisa está estruturada em cinco capítulos, cada um contribuindo para a compreensão do tema e para a construção de uma proposta de intervenção concreta.

No **Capítulo 1: Literacia dos *media*, as desordens informativas e os projetos nacionais** são apresentadas as bases teóricas e conceptuais que sustentam o conceito de literacia dos *media*, o seu surgimento e desenvolvimento deste conceito em Portugal. Assim como, é referido quais são as desordens informativas subjacentes. E ainda são analisados os projetos de literacia dos *media* existentes, fornecendo um panorama das iniciativas atuais e terminadas, e da sua relevância na sociedade portuguesa, assim como as suas características.

No **Capítulo 2: Competências digitais para uma cidadania responsável** abordamos os conceitos chave associados à literacia dos *media*, com um foco particular nas competências digitais e na cidadania digital, utilizando como base o quadro do DigComp 2.2. São discutidas

¹ Unidade curricular lecionada pela Professora Vanessa Ribeiro Rodrigues, durante o segundo semestre do primeiro ano do mestrado em Literacia dos *Media* e da Informação e Cidadania Digital na Universidade Lusófona – Centro Universitário do Porto.

as competências necessárias para um cidadão digital responsável, refletindo sobre os direitos e deveres que estes implicam, bem como o perfil do cidadão digital no contexto atual.

No **Capítulo 3: Metodologia** é apresentado o desenho metodológico adotado para responder à pergunta central da investigação. A abordagem é mista, combinando questionários a cidadãos portugueses e entrevistas com profissionais dos meios de comunicação social. A análise procura identificar as melhores práticas e as necessidades dos cidadãos e dos profissionais, com o objetivo de desenvolver uma proposta eficaz de programa de literacia dos *media*. O capítulo também descreve os objetivos da pesquisa alicerçados nas subquestões e hipóteses colocadas, de forma a guiar a investigação. Os objetivos passam por perceber a necessidade de mais projetos de literacia dos *media* e dotar os cidadãos de habilidades que os auxiliem no seu quotidiano a serem mais informados, críticos e independentes, no que concerne à descodificação de informações.

No **Capítulo 4: Análise e Discussão de Resultados** são apresentados e discutidos os resultados obtidos, a partir da análise dos questionários aplicados aos cidadãos portugueses e das entrevistas realizadas com profissionais que trabalham em órgãos de comunicação social, como o Jornal de Notícias, a Rádio Comercial, a RFM, o Porto Canal, o Notícias ao Minuto, o Público e a RTP. A partir desta investigação os dados obtidos indicam a falta de conhecimentos por parte dos cidadãos portugueses no que se refere ao conceito de literacia dos *media* e temas que o constituem, o descodificar informações, assim como a afirmação de realização de mais projetos acerca desta temática, uma vez que, na sua maioria, os cidadãos não têm conhecimento sobre os projetos já existentes.

No **Capítulo 5: “Minutos da Literacia” - A proposta** apresenta-se um modelo de programa sobre a temática em estudo, fundamentada nos dados recolhidos ao longo da investigação. O capítulo inclui propostas de exemplos de guiões para todos os meios de comunicação social, com textos detalhados que puderam guiar os programas, tendo sempre em consideração a possível interação de especialistas durante uma conversa, uma das opções mais assinaladas pelos cidadãos portugueses.

Na **Conclusão** reflete-se sobre os principais resultados que evidenciam a necessidade de criação de mais projetos de literacia dos *media* ligados aos meios de comunicação social. Por um lado, essa é uma das principais constatações a partir das respostas aos inquéritos por questionário realizados aos cidadãos portugueses. Por outro, também as entrevistas realizadas aos profissionais dos meios de comunicação social em Portugal confirmam a necessidade da

existência de mais projetos, assim como referem que este assunto deve ser uma preocupação permanente, uma vez que causa desconfiança no próprio jornalismo, quando os cidadãos não se encontram informados.

Capítulo 1: Literacia dos *media*, as desordens informativas e os projetos nacionais

A literacia dos *media* pressupõe educar os cidadãos para a compreensão de como funcionam os meios de comunicação social, de forma a permitir uma interação mais responsável, consciente participativa e ativa em sociedade. Este conceito está diretamente ligado ao jornalismo, às boas práticas de informar, à ética e ao trabalho que os jornalistas realizam diariamente, que prevê o cuidado com a verificação, de forma a combater a desinformação. Neste capítulo será aprofundado este conceito, sobretudo a partir da identificação da problemática sistémica das desordens informativas e a partir de um mapeamento detalhado das iniciativas de literacia dos *media* e do jornalismo desenvolvidas, em Portugal, entre 2009 e 2024 por diversas entidades como, universidades, centros de formação e investigação, escolas, meios de comunicação social, instituições públicas, entre outras.

1.1. A Literacia e a educação para os *media*

A Literacia dos *media* é um conceito que tem vindo a ser explorado ao longo dos anos, no mundo e em Portugal. “A análise das diversas redes em contexto português revela uma multiplicidade de atores e objetivos sublinhando o carácter multidimensional da literacia dos *media* e da comunicação no país” (Paisana et al., 2024, p. 75).

O conceito de literacia remete aos anos 70 do século XX, sendo caracterizada como uma palavra que incorpora três competências: a leitura, a escrita e o cálculo. É ainda descrita como a aptidão de aproveitar informações para alcançar objetivos. Lyman (1979) descreve o conceito como “a habilidade de compreender matérias, ler criticamente, usar materiais complexos e aprender por si mesmo” (p.196).

Em Portugal o termo só foi introduzido na década de 90 do século XX, assim como pode ser confirmado através da investigação: “A Literacia em Portugal: Resultados de uma pesquisa extensiva e monográfica” de Ana Benavente, Alexandre Rosa, António Firminio da Costa e Patrícia Ávila (1996). No estudo é explicado que o importante é saber se os cidadãos em Portugal são capazes de aplicar, no seu quotidiano, os conceitos preconizados pela literacia e não o que julgam saber, teoricamente, referente a este assunto. Assim sendo, o termo é definido como “a capacidade de processamento da informação escrita na vida quotidiana.”

(Benavente et. al, 1996, p. 4). Através deste estudo foi possível concluir que grande parte dos cidadãos portugueses, mesmo com vários anos de escolarização, ainda não dominavam a escrita, a leitura e nem o cálculo, sendo que, “esses indivíduos, e os setores da população em que eles predominam, veem deste modo diminuídas as respetivas capacidades de participação na vida social, em planos como os do exercício da cidadania, das possibilidades profissionais e do acesso à cultura” (Benavente et al., 1996, p. 396).

Em 1994, surgiu o projeto *International Adult Literacy Survey*² (IALS), sob a coordenação da *Statistics Canada* e com o apoio da Organização Europeia de Cooperação Económica (OCDE), realizado a adultos, entre os 16 e os 65 anos, sendo constituído por três fases de análise, nomeadamente, em 1994, 1996 e 1998, ano em que Portugal consagrou a possibilidade de participar neste projeto, no âmbito do estudo *Euroliteracy Retest*, organizado pela Comissão Europeia e coordenado pelo *Office for National Statistics*. Este projeto teve como objetivo comparar os perfis de literacia entre países. Segundo o relatório, *Literacy in the information Age: Final Report of the Internacional Survey (2000)*, constatou-se diferenças significativas entre os 22 países analisados (Alemanha, Austrália, Bélgica, Canadá, Chile, Dinamarca, Eslovénia, Estados Unidos da América, Finlândia, Grã-Bretanha, Holanda, Hungria, Irlanda, Irlanda do Norte, Itália, Noruega, Nova Zelândia, Polónia, Portugal, República Checa, Suécia, e Suíça). O país que mais se destacou pela positiva, no que concerne, ao tema em análise, foi a Suécia, enquanto Portugal ficou classificado em penúltimo lugar.

O campo de estudo da literacia é amplo na medida em que existem diversos tipos de literacia, assim como foi possível identificar através do estudo anterior, que mediu a capacidade de leitura, escrita e cálculo dos cidadãos. Essas literacias são nomeadas por este estudo como literacia em prosa, literacia quantitativa e literacia documental, no entanto também existe outras literacias ligadas a cada competência que pode ser adquirida, ou desenvolvida pelos cidadãos, como a literacia digital e a literacia dos *media*, que surgiu com a evolução dos tempos e com o aparecimento da *internet* e dos meios de comunicação sociais tradicionais e digitais.

A União Europeia tem vindo a maturar o conceito de literacia dos *media*, com vista à inclusão mundial baseada no conhecimento, tendo sido definido em 2009 como “a capacidade de aceder aos meios de comunicação, de compreender e avaliar de modo crítico os diferentes

² O projeto IALS surgiu em 1994, aplicava-se a cidadãos entre a faixa etária dos 16 aos 65 anos, realizou-se em três fases (1994, 1996 e 1998) e envolvendo vários países com o principal objetivo de comparar os perfis de literacia entre eles. Sendo que, os domínios de competências em estudo foram “literacia em prosa, literacia documental e literacia quantitativa”.

aspectos dos meios de comunicação e dos conteúdos mediáticos. A literacia mediática inclui também a capacidade de comunicação em diversos contextos” (Serviço das Publicações da União Europeia, 2009, p.8).

Apesar de várias entidades e investigadores falarem de literacia dos *media* não significa que a compreendam da mesma forma devido à sua diversidade e evolução social. “Não há evidência de que diferentes atores que usam a mesma designação de literacia tenham uma compreensão comum e coletiva do seu significado, comprovando-se a subjetividade teórico-conceptual associada a um conceito popular, mas variável” (Paisana et al, 2024, p.76).

Segundo o jornal *Público*, a literacia dos *media* é um dos conceitos que atualmente, se procura implementar e explicar, tornando assim a comunidade mais dotada e informada, de modo a se tornarem cidadãos e cidadãs mais responsáveis social e digitalmente.

A literacia mediática é uma das grandes batalhas que hoje se travam, num esforço para dotar os cidadãos de ferramentas que lhes permitam ler e interpretar o mundo que os rodeia, para que nele possam intervir enquanto atores informados, esclarecidos, atentos e empenhados, com sentido crítico, responsabilidade social e capacidade de ação. Um vetor vital no trabalho global em prol da cidadania, que tem na Estratégia Nacional para a Cidadania o seu documento de referência. (Público, 2019, p.2)

Numa entrevista ao jornal *Público*, o investigador em Educação para a Cidadania Digital do Conselho da Europa, Vítor Tomé, considera que Portugal se encontra bem posicionado na tabela referida anteriormente, no entanto, refere também que o trabalho deve começar desde cedo, nas escolas, com os encarregados de educação, mas não só deve ser um trabalho realizado também com base nas realidades da sociedade que são distintas.

Não estamos ao nível de uma Finlândia, mas estamos bem cotados em termos europeus. Ainda há muito trabalho a fazer, mas temos feito um trabalho na formação de professores, dos próprios jornalistas. Mas se me perguntarem se Portugal tem um nível de literacia mediática excepcional, não, não tem. (Tomé, 2023, p.3)

Com a evolução das investigações a nível mundial e em Portugal, o conceito de literacia foi-se desenvolvendo com o surgimento de novas tecnologias e de novas formas de comunicar, designadamente com a “inevitável inclusão de formas de expressão e comunicação audiovisuais, electrónicas, digitais” (Lopes, 2011, p.92).

A noção de literacia ao longo do tempo, revestiu-se de novos significados, tendo por base as áreas científicas e de investigação que se alicerçam em diversos fatores, como a evolução dos novos *media*, com o aparecimento da internet.

Livingstone (2003) considera que a literacia digital é o resultado do conhecimento e das competências, sendo que o bom uso da internet, e interação com meios de comunicação social acarreta empoderamento, uma vez que os cidadãos têm oportunidade de interagir em sociedade. Para a investigadora, “a literacia está associada ao uso de novos *media*, especialmente a Internet, sendo “significativamente diferente dos *media* impressos e meios audiovisuais.” (p.15)

Por este motivo, quando se fala em novos *media* deixa-se de referir literacia em singular e passa-se a referir ‘literacias’ no plural. Uma vez que, o mundo se encontra em constante evolução, assim como as tecnologias, o que faz com que os cidadãos para além das competências primárias devam ser dotados de novas habilidades para se integrar em sociedade e fazer um bom uso das novas possibilidades.

“Literacias”, no plural, porque resultam do somatório das competências adquiridas, e, como referido anteriormente, as competências variam entre operacionais, formais, de informação, de comunicação, de criação de conteúdo e competências estratégicas, e também essas têm de sofrer constantes evoluções para que o utilizador seja capaz de acompanhar este rápido avanço tecnológico sem precedentes. (Sousa, 2023, p.21)

A literacia digital vai além de todas as comunidades culturais e etárias, ela tem de ser trabalhada individualmente, consoante o grupo em que se inserem. Os cidadãos e as coletividades são todas diferentes e vivem em locais distintos, apesar disso, todos têm o direito de se encontrar incluídos no meio digital. Por exemplo, no caso dos cidadãos mais velhos é necessário entender quais os métodos mais vantajosos para explicar esta temática. De acordo com Gil (2019): “Há que perceber com os idosos e através dos idosos que e qual literacia digital estará mais adequada às suas rotinas e ao exercício da sua cidadania, no sentido mais amplo do termo” (p.90)

Encontrando-se todas literacias ligadas entre si, e sendo a literacia do digital e a literacia dos *media* importantes, no que concerne à participação responsável e ativa em sociedade, é relevante convocar-se a proposta do jornalismo, enquanto atividade que promove o exercício de cidadania realizado por jornalistas que obedecem a um código deontológico e a regras de

verificação informativa, e onde circula o discurso público. O jornalismo procura promover a autonomia e o conhecimento dos cidadãos na sociedade. “O principal objetivo do jornalismo é fornecer aos cidadãos a informação de que necessitam para serem livres e autónomos”, defendem Kovach e Rosenstiel (2021, p.30).

O trabalho dos jornalistas é produzir artigos informativos de interesse público. “Jornalismo é um serviço público que fala por si mesmo” (Kovach & Rosenstiel, 2021, p.29). É de salientar que o jornalismo deve ser um trabalho realizado com autonomia para que seja credível, assim como refere, Traquina (2002), “é indispensável para garantir outro valor essencial para os jornalistas: a credibilidade”. (Traquina, 2002, p.137) Para tal, os jornalistas regem-se por uma lista de regras, que podem ser consultadas no código deontológico, de verificação dos factos, desde a data à investigação e verificação das informações prestadas pelas fontes, uma vez que as mesmas podem enganar o jornalista e inverter todo o sentido do artigo jornalístico.

Atualmente com a facilidade de partilha de informações na internet, a credibilidade do jornalismo tem vindo a ser colocada em causa diariamente. Grande parte dos cidadãos desconhece quer a prática jornalística, regidas pelo método de verificação e pluralidade de vozes, quer a construção do discurso jornalístico, em géneros e com uma respetiva organização discursiva, baseada em fontes humanas e documentais, que se distancia e diferencia de outros conteúdos partilhados na web. A notícia, por exemplo, obedece a critérios de hierarquia informativa, baseada em informação verificada através de fontes.

Segundo o projeto *Bye, bye, birdie: Meeting the Challenges of Disinformation*, da autoria do *European Policies Initiative* (EuPI) do *Open Society Institute - Foundation Sofia* (OSI -Sofia), Portugal em 2023, encontrava-se 12º lugar com uma pontuação de 60 pontos (de 0-100) no que concerne à literacia dos *media*. O índice criado é publicado desde 2017 e é uma ferramenta utilizada para analisar e avaliar as sociedades e o seu potencial contra a desinformação. O modelo emprega vários indicadores, nomeadamente a qualidade da educação, a liberdade dos meios de comunicação social, a cidadania e a utilização de novos instrumentos de participação. O índice converte os dados em pontuações padronizadas de 0 a 100 e classifica os países de 1 a 41 (posição mais alta para a mais baixa).

A necessidade de trabalhar o conceito da literacia dos *media* partiu também do desenvolvimento da cultura da convergência e evolução digital. Segundo Henry Jenkins

(2006), este é um novo paradigma para entender a transformação dos *media*. Envolve os meios de comunicação tradicionais e os meios digitais, assim como os cidadãos que interagem de formas imprevisíveis. Jenkins refere: “não espere que as incertezas em torno da convergência sejam resolvidas num futuro próximo. Estamos entrando numa era de longa transição e de transformação no modo como os meios de comunicação operam” (Jenkins, 2006, p. 52).

A literacia dos *media* como vem a ser descrita, tem o objetivo de capacitar os cidadãos e informá-los e ensiná-los como coabitar numa sociedade em que a desinformação se encontra presente e como devem os portugueses, neste caso concreto, comportar-se face a esta problemática persistente. No entanto, para isso devem conhecer as várias facetas da desinformação.

1.2. As desordens informativas como “problema sistémico”

Com o surgimento dos novos *media* as informações chegam a todos os minutos aos cidadãos, apenas com um ‘clique’ podem ser encontrados e partilhados diversos conteúdos, sejam estes atuais ou não, assim como verdadeiros ou falsos. A partir destas possibilidades as desordens informativas desenvolvem-se na sociedade, abrindo espaço para o fenómeno da desinformação.

Uma das ideias iniciais do surgimento da desinformação por parte dos cidadãos era que os *media* é que as partilhavam. No entanto, como já foi mencionado os meios de comunicação realização conteúdos jornalísticos em prol da sociedade, ao contrário da das desordens informativas, que estão divididas em informação incorreta (quando a informação falsificada é partilhada, mas não tem prejudicar), desinformação (quando a informação falsificada é partilhada de forma consciente para causar danos), e má informação (quando a informação é partilhada conscientemente para causar danos, e muitas vezes são privadas).

De acordo com Wardle e Derakshan (2018), a desinformação é “um problema sistémico e amplo”, que acontece a nível mundial. O Centro de Internet Segura (2018) descreve a desinformação como “o termo usado para definir qualquer tipo de conteúdo e ou prática que contribua para o aumento de informação falsificada, não validada ou pouco clara/ transparente e/ ou para afastar os cidadãos do conhecimento factual da realidade”.

Segundo Wardle, as desordens informativas podem ser classificadas em três categorias principais: i) informação incorreta: ou seja, informação falsa ou enganosa partilhada sem intenção de causar dano, nomeadamente uma notícia incorreta acreditando que é verdadeira;

ii) desinformação: Informação falsa criada e disseminada deliberadamente com o objetivo de causar dano ou obter vantagens, como por exemplo, a criação de boatos falsos para manipular a opinião pública³; iii) má informação: verdadeira partilhada com a intenção de causar dano, como a divulgação de dados privados ou confidenciais para prejudicar alguém.

No que concerne à partilha de informações, os cidadãos também têm os seus deveres, para além, dos seus direitos e estes têm de procurar perceber entre uma notícia e uma informação que poderá ser falsificada. “Os cidadãos também têm direitos e responsabilidades quando se trata de notícias, ainda mais quando se tornam produtores e editores” (Kovach & Rosenstiel, 2021, p.22).

Tendo por base que uma notícia “por definição não é falsa” (Pereira et al., 2019, p. 1) enfrentamos o problema quanto à definição do conceito de *fake news* que utilizam os cidadãos no quotidiano.

Falsas são as narrativas que, embora anunciadas como notícias e contendo partes de textos copiados de jornais ou de sites do mesmo género, integram conteúdos ou informações falsas, imprecisas, enganadoras, concebidas, apresentadas e promovidas para intencionalmente causar dano público ou obter lucro. (ERC, 2019, p.1)

As informações falsas são independentes dos *media* e a sua criação é motivada por diversos fatores que podem influenciar a democracia. Contudo, por vezes, podem usar informações retiradas dos meios de comunicação social o que faz com que diminua a sua credibilidade. Para que se consiga perceber as diferenças é importante conhecer a pluralidade de conteúdos partilhados pelos *media* (notícias, reportagens, documentários, entre outros).

Para tentarmos controlar este problema sistemático das desordens informativas é necessário que os cidadãos se familiarizem com estes conceitos e para isso, é necessário que existam iniciativas que os expliquem, assim como os projetos de literacia dos *media*.

³ A par destas forma de partilha de falsas informações existem também as *deepfakes* que são criações realizadas por inteligência artificial que facilmente a “olho nu” parecem reais. “As *deepfakes* é uma das formas mais eficazes de enganar, ao colocar, em vídeo, pessoas a exprimirem palavras que nunca disseram, ou mesmo substituir caras, criando, assim, situações falsas.” (RTP Ensina, 2020, p.1)

1.3. Projetos de Literacia dos *Media* em Portugal

De forma a combater esse problema sistémico das desordens informativas dotando os cidadãos de melhores competências para identificá-las, no sentido de uma maior literacia para os *media* e para o jornalismo, existem já algumas iniciativas criadas, nas escolas, meios de comunicação social, universidades, projetos específicos, organismos privados e públicos, como casas onde habitam jovens em exclusão social. Os projetos devem ser realizados para todos, independentemente da cultura e da faixa etária, ligados ao discernimento e à (re)aprendizagem, sendo que a noção de literacia dos *media* inclui diversos assuntos e dilemas, a título de exemplo, a desinformação, é imprescindível trabalhá-la e auxiliar os cidadãos a familiarizar-se com este tema. Em consequência são desenvolvidos diversos projetos com o intuito de tornar os cidadãos digitais mais independentes e conscientes das implicações da navegação *online*.

O modelo que entidades como a UNESCO encontraram para contornar a falta de informações referentes a literacia dos *media*, foi com a elaboração de documentos e apresentações realizadas por pesquisadores, que contribuíram para explicar a temática (Pinto et al., 2011, p. 38). Também o Centro Internet Segura observa que a educação para os *media* é uma área fundamental para a comunidade e, por esse motivo, juntou-se à *Global Media and Information Literacy Week 2019*, promovida pela UNESCO. Trata-se de um projeto realizado a nível mundial, anualmente, e aborda assuntos como a informação, os *media* globais e a literacia. Assim como referiu Alton Grizzle (Especialista do Programa de Comunicação e Informação, Divisão para a Liberdade de Expressão e Desenvolvimento dos *Media* secção os *Media* e a Sociedade da UNESCO) quando os cidadãos estão informados têm oportunidade de desenvolverem as suas competências para a literacia dos *media*.

Quando os cidadãos estão conscientes sobre os tipos de informação que recebem e partilham — estão informados — refletem criticamente sobre a autenticidade, a fonte e a possível intenção da informação — estão envolvidos — e tomam decisões intencionais e informadas — estão capacitados — estando, assim, aberto o caminho para desenvolverem as suas competências para uma literacia dos *media* e informação. (UNESCO, 2019, p.6)

A décima segunda *Global Media and Information Literacy Week 2023* foi coorganizada pela UNESCO e pelo Governo do Reino Hachemita da Jordânia, em Amã (capital da Jordânia), com o tema "Alfabetização mediática e informacional em espaços digitais". A UNESCO,

juntamente com os seus parceiros, convocou os jovens do mundo inteiro para participarem do *hackathon virtual*, de forma a projetar soluções para um conjunto definido de desafios sociais. A UNESCO organiza estas iniciativas com o objetivo de dotar os jovens de literacia dos *media* e de competências digitais, para melhorar as suas capacidades de acesso e verificação de informação e conteúdo mediático e para melhor aproveitar a tecnologia, através de desafios e de apresentação de soluções inovadoras para os problemas, acerca dos tópicos propostos, anualmente. Estas soluções são apresentadas em formato vídeo como um *pitch* e podem ser: jogos, aplicações ou *websites*, programas de rádio/ *podcasts*, *kits* de ferramentas educacionais, entre outras modalidades criativas para intervenções inovadoras. Quando capacitados, os jovens podem tornar-se pensadores críticos e fazer escolhas informadas sobre como participar na construção da paz, na igualdade, na liberdade de expressão, no diálogo, no acesso à informação e no desenvolvimento sustentável. Podem também tornar-se educadores de pares e colíderes no desenvolvimento da literacia dos *media*, bem como cocriadores de ferramentas e recursos (UNESCO, 2023).

Nesse sentido, os cidadãos têm de estar dotados de competências elevadas de literacia para os *media*, para que possam fazer o melhor uso das ferramentas que tenham ao seu dispor, de um modo seguro e responsável, podendo aplicá-las diariamente. Neste seguimento todos desempenham um papel importante: os cidadãos, o jornalismo — enquanto agente de socialização na esfera pública discursiva, o sistema de ensino, e os seus constituintes mais diretos, como docentes, bem como os *stakeholders* responsáveis pela produção de conteúdos e pela gestão de plataformas.

Mediante o ponto de vista da UNESCO, a literacia dos *media* e da informação, permite aos cidadãos individuais e às comunidades juntarem-se a ações que contribuem para uma sociedade mais informada. Uma comunidade aplicada torna-se responsável mutuamente e age com maior respeito pelos direitos e liberdades, com maior solidariedade num diálogo intercultural. Os indivíduos capacitados são a base de uma sociedade saudável e sustentável.

Com a evolução da importância da literacia dos *media* foram realizadas diversas iniciativas como serão descritas de seguida, consoante as necessidades, de forma abranger o maior número de cidadãos e incluí-los na sociedade através das competências digitais, assim como a utilização de ferramentas para combater a desinformação que fazem parte dos direitos dos cidadãos portugueses.

1.3.1. Grupo Informal sobre Literacia Mediática⁴

O Grupo Informal sobre Literacia Mediática (GILM) foi criado em 2009, por um conjunto de entidades públicas com o objetivo de desenvolver o conceito de Literacia dos *media* em Portugal. Concebido por uma rede informal de parceiros, nomeadamente, a Agência Lusa, Centro Nacional de Cibersegurança (CNCS), Comissão Nacional da UNESCO (CNU), Conselho Nacional de Educação (CNE), Direção-Geral da Educação (DGE), Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC), Escola Superior de Comunicação Social (ESCS), Fundação para a Ciência e a Tecnologia (FCT), Instituto do Cinema e do Audiovisual (ICA), Observatório da Comunicação (OberCom), Rádio e Televisão de Portugal (RTP), Rede de Bibliotecas Escolares (RBE), Secretária Geral da Presidência do Conselho de Ministros (SGPCM) e Vítor Tomé, na qualidade de especialista.

Através desta iniciativa procuraram colocar a Literacia para os *Media* na agenda pública. De modo a fundamentar a atividade realizada pelo GILM, destaca-se a “[Declaração de Braga - Literacia dos media](#)”, ratificada em 2011 e que é o documento que explicita os seus objetivos, realizado pelos organizadores da primeira edição do congresso, e que é considerado a imagem de marca deste projeto, “Congresso Literacia, *Media* e Cidadania”. Atualmente, sendo a literacia um assunto da ordem do dia a nível nacional e internacional, o Grupo, com o intuito de garantir a participação democrática e a cidadania, através da realização de planos de trabalho, continua a promover a literacia dos *media* como uma das literacias-chave para a educação dos cidadãos, anualmente. O GILM, para além do Congresso mencionado, tem também como iniciativas anual a semana “7 dias com os *media*” dirigida à sociedade em geral e onde participam vários atores sociais, todavia os mais frequentes são as comunidades escolares (bibliotecas escolares, escolas e universidades), mas têm como objetivo expandirem-se cada vez mais. Por último, o FILM - Fórum sobre Literacia Mediática onde podem participar “todos os que manifestassem interesse em colaborar na missão de promoção de melhores níveis de literacia mediática”, estas sessões têm se vindo a concretizar em Lisboa, no Porto e em virtualmente ao longo dos últimos anos.

⁴ GILM. (n.d.). Milobs <https://milobs.pt/gilm-grupo-informal-de-literacia-para-os-media/>

1.3.2. Diário de Notícias e Jornal de Notícias - *Media Lab*⁵

Com o desenvolvimento e a relevância da literacia dos *media* foram criados projetos e conferências direcionados para os mais jovens como o projeto *Media Lab*, em 2010, sob a alçada do grupo *Global Media*, realizando atividades com o Jornal de Notícias (JN *Media Lab*), no Porto e com o Diário de Notícias (DN *Media Lab*), em Lisboa. Esta iniciativa tem como intuito instruir a sociedade (nomeadamente com foco em associações ou grupo de amigos interessados; juntas de freguesia e instituições de cariz social) acerca da relevância dos meios de comunicação social e confirmar a importância de os cidadãos estarem esclarecidos e seguros na esfera digital. E, também, conceder ferramentas para os jovens, desde o pré-escolar até à universidade, pensarem criticamente, quanto ao que leem, veem e ouvem nos *media*. “O *Media Lab DN* é um centro educativo que, desde 2010, desenvolve atividades no âmbito da literacia para os *media*, pretendendo alertar a comunidade educativa para a importância do jornalismo, da necessidade de se estar informado e dos perigos que existem na internet” (Esteves, 2016, p. 2). O mote deste projeto é “aprender fazendo”, e os participantes podem realizar notícias do dia, ou sobre temáticas do quotidiano, para o digital com distribuição nas redes sociais; um noticiário radiofónico TSF; um noticiário em vídeo; uma primeira página de jornal ou ainda um jornal de quatro páginas.

O *Media Lab* através do seu *Workshop* para Famílias, foi um dos 12 projetos selecionados pela Comissão Internacional de Conselheiros da Fundação Europeia de Utilidade Pública - *Evens Foundation* - com sede na Antuérpia, dedicada ao desenvolvimento e apoio de projetos que contribuam para o progresso e fortalecimento da Europa com base na diversidade social e cultural para a edição de 2015, que remetia para “o papel crucial dos pais na educação para os *media*.” Para além dos *workshops* realizados são também executadas sessões de esclarecimentos.

O *Media Lab JN* e *DN* conta com parceiros institucionais que ajudam a tornar a literacia dos *media* mais acessível e inclusiva: Plano Nacional de Leitura; Gabinete Parlamento Europeu; Representação da Comissão Europeia em Portugal; Portal da Literacia Mediática; Gabinete para os Meios de Comunicação Social; e a Pordata.

⁵*Media Lab*. (n.d.). Diário de Notícias e Jornal de Notícias <https://dn.medialabedu.org/>
<https://jn.medialabedu.org/>

1.3.3. Observatório sobre Média, Informação e Literacia - Milobs⁶

No seguimento das iniciativas realizadas pelo projeto mencionado anteriormente, GILM, em 2012, surgiu o Milobs através de um protocolo assinado entre o Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, da Universidade do Minho, e o Gabinete para os Meios de Comunicação Social. Em Portugal e no estrangeiro é definido como Observatório sobre Média, Informação e Literacia que promove e partilha o que realiza no âmbito da literacia para os *media* junto da sociedade em geral. Este projeto tem como parceiros, para além do GILM, o Entre Planos; Plano Nacional de Cinema; Plano Nacional de Leitura; Público na Escola e Rede de Bibliotecas Escolares.

Este projeto partilha *online* diversos recursos, como indicações de filmes, livros e artigos sobre a temática da literacia dos *media* e também atividades nacionais e internacionais.

O Milobs não só trabalha os conteúdos no *website*, mas também desenvolve através da participação dos jovens, iniciativas ligadas ao cinema, no âmbito da educação numa plataforma interinstitucional, que tem como objetivo possibilitar que a sociedade conheça as diversas iniciativas desenvolvidas em Portugal e como fazer para participar nas mesmas. Também juntamente com a Faculdade de Letras da Universidade do Porto realizou o projeto Clima@edumedia, com o intuito de apoiar a educação a nível nacional, em específico o 3º ciclo e o ensino secundário com o tema de alterações climáticas através da aplicação dos *media*, cujo participaram 30 escolas, pelo país, neste projeto-piloto.

Esta iniciativa conta também com outros projetos como: *Transmedia Literacy: Exploiting transmedia skills and informal learning strategies to improve formal education*; *Media Literacy for Living Together (MILT)*; e *E-Media Education Lab Project*, financiado pelo programa Erasmus+, com o objetivo de desenvolver competências de literacia dos *media* nos docentes, através de estratégias de formação que lhes permitam integrar na sua atividade diária.

1.3.4. RadioActive⁷

Em 2013 iniciou-se o projeto RadioActive cofinanciado pelo Programa de Aprendizagem ao Longo da Vida Europeu, em Portugal. A iniciativa procurou implementar uma ferramenta na *internet*, ligada a metodologias pedagógicas inovadoras a desenvolver junto

⁶Milobs. (n.d.). Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade <https://milobs.pt/>

⁷Radioactive. (n.d.). CICANT. <http://pt.radioactive101.eu/>

de comunidades juvenis em risco, no Porto e Coimbra, nos Centros apoiados pelo programa “Escolhas”. Com o intuito de debater assuntos de inclusão e de cidadania ativa de uma forma criativa. Resumidamente, foi utilizada a rádio *online* como instrumento educativo junto de jovens em situação vulnerável, onde os jovens desenvolveram, através dos instrumentos oriundos dos jornalismo, entrevistas, notícias e reportagens. Os resultados obtidos neste projeto, através da observação participante, entrevistas e grupos focais, “apontam para a importância que a inspiração no jornalismo e a utilização de técnicas oriundas dessa esfera informativa podem ter como ferramentas educativas, particularmente tendo em conta a sua ligação às comunidades, em contextos da vida quotidiana e de aprendizagem pela prática” (Brites et al., 2017, p.96).

O projeto apontou para pontos positivos (Brites et al., 2017, p.92), como as transposições das aprendizagens para o quotidiano, como a utilização de ferramentas digitais, um dos objetivos do projeto, também através dos trabalhos jornalísticos desenvolvidos foi possível que os participantes, assim como referiram, se sentissem mais confiantes na participação em contexto social.

Desde a sua finalização em 2016 (prolongando devido à angariação de um prémio de Inclusão e Literacia Digital, em 2014) que se encontra, exclusivamente, sob a coordenação do Centro Escolhe Vilar, ligado ao Programa Escolhas, “cuja missão é promover a inclusão social de crianças e jovens de contextos socioeconómicos vulneráveis, visando a igualdade de oportunidades e o reforço da coesão social”, conforme é referido no *website*.

1.3.5. RTP Ensina - Educação para os *Media*⁸

Sendo estes projetos uma mais-valia para a comunidade, ao longo dos anos têm surgido outros, como o projeto RTP Ensina, em 2014, na televisão pública portuguesa, que disponibiliza artigos de educação para os *media*. Este projeto defende que “cada cidadão deve ser capaz de aceder aos *media* (tradicionais e digitais), de os usar em segurança e bem-estar (para aprender, entreter, comunicar e trabalhar), de analisar criticamente e produzir, de forma reflexiva e criativa, os seus próprios conteúdos mediáticos, além de os disseminar em formatos e plataformas adequadas” (RTP Ensina, 2021, p.2). Esta secção é direcionada para os mais novos e divide-se em ciclos de estudos, desde o primeiro ciclo ao secundário.

⁸RTP. (n.d.). RTP Ensina. <https://ensina.rtp.pt/explicador/literacia-dos-media/>

A iniciativa foi dedicada ao universo escolar, ao 3º ciclo e ao secundário. Em 2021, com a ajuda do investigador Vítor Tomé, membro da Associação Literacia para os *Media* e Jornalismo (ALPMJ), realizaram um vídeo mais atualizado, dedicado ao ensino secundário, e acompanhado de um texto sobre o tópico, onde os temas são: meios de comunicação social, educação para os *media* e jornalismo. Estas duas publicações enunciadas são apenas dois exemplos das centenas de conteúdos postados, na secção de Educação para os *media* na RTP Ensina, os conteúdos são diversos e referem vários temas desde, como se protegerem na internet, a inteligência artificial, as *fake news*, entre muitos outros assuntos relacionados com a temática. Os conteúdos são também apresentados como documentários e entrevistas a explicadores

1.3.6. Referencial de educação para os *media*⁹

A importância da literacia dos *media* é “reconhecida há mais de uma década e meia na União Europeia, sendo múltiplas as recomendações do Conselho e as Comunicações da Comissão Europeia sobre a matéria” (Pereira et al., 2023, p.7).

Em 2014, o Ministério da Educação e da Ciência realizou a publicação do Referencial de Educação para os *Media*, um documento flexível que pode ser usado em contextos formais, ou seja, no sistema de ensino em Portugal (pré-escolar, básico, secundário), assim como, em contextos informais e não-formais. Este manual, como é referenciado na introdução, propõe ao contexto escolar um quadro de referência para a pedagogia em torno dos dilemas da educação para os *media*, tendo como base documentos importantes de vários países e entidades europeias e internacionais. O intuito principal com este documento é torná-lo uma referência para a implementação da educação para os *media* em contexto escolar, assim como contribuir para a formação dos cidadãos dotados de pensamento crítico, ativos e participativos na sociedade.

⁹Referencial de Educação para os *Media*. (n.d.). Ministério da Educação e Ciência. https://www.dge.mec.pt/sites/default/files/ficheiros/referencial_educacao_media_2014.pdf

1.3.7. Associação Literacia para os *Media* e Jornalismo (ALPMJ) ¹⁰

O projeto nasceu em 2017 depois da 4^o edição do Congresso dos Jornalistas Portugueses onde foi considerado falar sobre a literacia dos *media* como urgente. No entanto, só foi formalizado em 2020 como Associação Literacia para os *Media* e Jornalismo (ALPMJ).

Numa primeira fase foi realizado um seminário para os jornalistas, com apoio do Centro Protocolar de Formação para Jornalistas (Cenfor) de forma a capacitar estes profissionais para dar formação de docentes. O projeto decorreu primeiramente em cinco escolas selecionadas pela Direção Geral da Educação. Estas formações foram realizadas, primeiramente, em Lisboa e no Porto e posteriormente, expandiram-se pelo Continente até chegar ao Arquipélago dos Açores em 2020.

Desde 2021 tem vindo a alargar a sua atividade participando em conjunto com outras entidades em projetos, nomeadamente com o consórcio de investigação IBERIFIER - Observatório Ibérico da Desinformação, que faz parte do *European Digital Media Observatory* e financiado pela Comissão Europeia. Também, com a RTP Ensina, produziu uma coleção de materiais didáticos (em texto e vídeo) sobre literacia dos *media*.

O projeto de Literacia para os *Media* e Jornalismo da Associação Literacia para os *Media* e Jornalismo, neste momento, tem vários desdobramentos, desenvolveu também, uma iniciativa de apadrinhamento de escolas e a continuidade da bolsa de formadores, em que cada escola pode solicitar formação em literacia dos *media* e do jornalismo.

1.3.8. Dici-Educa¹¹

O projeto “Centros educativos com competências digitais e cívicas” (Dici-Educa) foi realizado com jovens (14-18 anos) em cumprimento de medida de internamento em centros educativos da Direção-Geral da Reinserção e Serviços Prisionais. A ação teve início em 2018 e terminou em 2021, com o financiamento de academias de conhecimento, Fundação Calouste Gulbenkian, Direção-Geral de Reinserção e Serviços Prisionais – DGRSP e realizado também em parceria com o CICANT/COFAC (Centro de Investigação em Comunicação Aplicada,

¹⁰Literacia para os *Media* e Jornalismo. (n.d.). Associação Literacia para os *Media* e Jornalismo. <https://associacaoliteracia.pt/>

¹¹DICI - Educa. (n.d.). CICANT. <https://cicant.ulusofona.pt/research/projects/136-dici-educa-fatores-para-a-promocao-do-dialogo-e-comportamentos-saudaveis-em-comunidades-escolares-online> | <https://cicant.ulusofona.pt/publications/books/107-dici-educa-experiencias-e-reflexoes-sobre-cidadania-digital>

Cultura e Novas Tecnologias), concretizado por profissionais das áreas da sociologia, comunicação e psicologia.

Este projeto teve como objetivo dotar os jovens de competências de comunicação e uso de ferramentas digitais adequadas ao contexto envolvente, fomentando o pensamento crítico e resolução de problemas. Foi composto por algumas abordagens diferentes, nomeadamente “metodologias Dici-Educa”, “jornalismo como ferramenta educativa”, “pensar o digital em offline” e “delinquência juvenil e intervenção tutelar educativa em centro educativo”. Algumas das atividades foram a criação de um programa sonoro, com entrevistas e músicas compostas e interpretadas pelos jovens e, também, registos fotográficos sobre as rotinas dos jovens, em que eram convidados a falar sobre as opções de enquadramento e significados das imagens.

Através destas experiências, foi possível obter mais resultados e adesão por parte dos jovens, na medida em que, por exemplo, nas primeiras sessões o trabalho a pares deixou-os mais confiantes para a utilização dos equipamentos e na resolução das atividades práticas.

O maior ou menor sucesso destas atividades mais reflexivas deveu-se às características dos grupos (maturidade e motivação) e às estratégias que fomos utilizando (mais ou menos participativas e interativas) para potenciar as opiniões deles sobre as diferentes temáticas que fomos tratando. (Brites et al., 2020, p.20)

1.3.9. *Media Veritas*¹²

O projeto *Media Veritas* foi criado pela Associação Portuguesa de Imprensa em 2019 e terminou em 2022. É um programa de combate à iliteracia mediática, contra a manipulação da informação e a desinformação, realizado em parceria com o *Google.org* e financiado pela Fundação Tides.

O *Media Veritas* teve como intuito promover a Literacia dos *Media* junto das comunidades mais vulneráveis: jovens e seniores. Os seus principais objetivos passavam por: colaborar para a formação de uma comunidade informada e dotada de pensamento crítico; capacitar a população de instrumentos credíveis para se manterem informados. Inclusive desenvolveu uma formação *online*, dividida por módulos, que vão desde a reflexão sobre as notícias e confiança no jornalismo até à discussão de temas e combate à desinformação.

Consagra vários meios de aplicação como: Curso de *E-learning*; Aplicação Milage Aprender; Movimento MUDA; Eu Sou Digital; RE/MediaLab. Realizam diversas iniciativas, como Academia Veritas, *Workshops*; debates; vários artigos que refletem sobre a Literacia dos

¹²Media Veritas. (n.d.) Associação Portuguesa de Imprensa <https://mediaveritas.pt/>

media, etc. Sendo que, destaca-se o *quiz*, que tem como objetivo “apanhar aqueles que fazem e espalham notícias falsas”. Em 2020, abriu uma bolsa para os cidadãos no Ensino Superior, Instituições ou Associações dentro de um projeto na área da literacia dos *media*.

1.3.10. Setembro, Mês da Alfabetização e das Literacias - SMAL¹³

No âmbito da literacia dos *media* existe uma ação denominada por “Mês da Literacia”, concretizada pelo Plano Nacional da leitura em cooperação com a Associação Portuguesa de Educação e Formação de Adultos (APEFA) e que celebra o “Setembro, Mês da Alfabetização e das Literacias” (SMAL) juntamente com a UNESCO no próprio Dia Internacional da Literacia (8 de setembro), onde apresentam o conceito.

Uma dinâmica que envolve vários atores sociais e instituições locais e nacionais durante um mês de sensibilização para esta questão, tendo como objetivo realçar “a importância do domínio das Literacias, de saber ler, escrever e de dominar as tecnologias de informação”. São desafiados a desenvolverem pelo menos um evento local ou nacional, a nível público ou privado e são convidados a sinalizar os eventos num formulário de atividades de modo a construir o “Mapa digital de Portugal SMAL”, com visibilidade pública numa escola nacional.

1.3.11. Público na Escola - Educação para os *media*¹⁴

O jornal Público tem como princípio a promoção da imprensa como instrumento formativo, em parceria com o Ministério da Educação e a Fundação Belmiro Azevedo desenvolveu o projeto Público na Escola. Através de uma secção intitulada de “Educação para os *media*”, o Público tem como objetivo proporcionar aos estudantes ferramentas que lhes permitam perceber os meios de comunicação social, estimular o pensamento crítico, identificar fontes de informação credíveis, distinguir a publicidade do jornalismo e conter a desinformação. O jornal Público, através do *Público na Escola*, também tem uma secção no site que se refere à literacia dos *media*, onde é possível ver informações de como é constituído um jornal e propostas de atividades escolares. Como por exemplo, o artigo escolar “A voz dos mais novos nos *media*” que advém do discurso da ativista sueca, Greta Thunberg, disponível para ser utilizado pela comunidade escolar, desde orientações de como introduzir e desenvolver

¹³ SMAL. (n.d.) Plano Nacional da Leitura <https://www.pnl2027.gov.pt/np4/smal.html>

¹⁴Educação para os *media*. (n.d.). Público na Escola. <https://www.publico.pt/publico-na-escola/educacao-para-media>

este tema nas aulas, com sugestões de leituras, objetivos para os estudantes e formas de esquematizar grupos e subtemas nas turmas. Neste meio existe também um jogo de palavras cruzadas realizado por Paulo Freixinho acerca da educação para os *media*, notícias com estudantes, concursos de literacia e entrega de prémios para ler jornais em papel.

1.3.12. TRUE: Trustworthy news and related content for a Unified writing environment¹⁵

Em 2020 surgiu o projeto *TRUE – Trustworthy news and related content for a Unified writing environment*, promovido também pelo jornal Público, em parceria com a MOG, uma empresa global de tecnologias de *media* digitais, e a Universidade de Aveiro. Tem como principal intuito possibilitar que os mais jovens produzam um jornal (desde a conceção à publicação, atendendo aos passos do processo jornalístico). Desta forma pretende-se fomentar o espírito crítico, aproximando a experiência da produção jornalística, através do incentivo de concretização de jornais escolares, levando o jornalismo às escolas. De acordo com a descrição no *website* do projeto, estamos perante uma plataforma digital, em *backoffice*, com o intuito de ser uma proposta para criar meios de comunicação social escolares, de forma, a promover a literacia dos *media* e aumentar as competências digitais dos estudantes e docentes, apresentando-se como uma proposta que otimiza a verificação da informação.

O projeto tem como mote “de pequenino se combate a desinformação”, sendo esse o seu principal objetivo, para além de apresentar o mundo do jornalismo, incluindo o digital, às crianças, desde o 7º ao 12º ano. Assim, visa a criação de um produto gratuito e ao alcance de todos os graus de ensino, incentivando os mais novos a criar as suas próprias notícias e um jornal *online*. Esta iniciativa surgiu para que as novas gerações possam fazer jornalismo com “credibilidade de fontes de informação e das respetivas notícias, assim como na identificação e contextualização de temáticas-chave, recorrendo à revitalização dos jornais escolares.” (TRUE, 2022, p.2). O Público ficou responsável pelo acompanhamento da execução dos jornais escolares. A ideia da realização deste projeto é: i) aumentar o consumo de notícias; ii) contribuir para que as novas gerações sejam mais ativas na sociedade e aumentar a colaboração

¹⁵TRUE. (n.d.). Público na Escola. <https://www.publico.pt/publico-na-escola/true>

entre as escolas e os meios de comunicação; iii) e por fim, ensinar conhecimentos de criação e disseminação da informação importante aos jovens.

1.3.13. SMaRT-EU¹⁶

Em 2020 surgiu também uma nova iniciativa denominada de *Social Media Resilience Toolkit* - SMaRT-EU, concluído em 2021, organizado pelo Centro de Investigação em Comunicação Aplicada, Cultura e Novas Tecnologias (CICANT), financiado pela Comissão Europeia. Esta ação é intergeracional, dedicada aos idosos, aos cidadãos que passam o dia com eles e aos jovens. Através deste projeto, foram fornecidos conhecimentos de como, por exemplo, ler os meios de comunicação social, ou navegar com segurança, promover o pensamento crítico nas redes sociais e utilizar os meios digitais para se comunicar com outros indivíduos, através de atividades e *workshops*.

De modo, a combater a desinformação, o projeto SMaRT-EU formou as duas gerações, em sete línguas (inglês, português, espanhol, croata, holandês, estoniano e francês), e em cinco países europeus (Portugal, Espanha, Croácia, Bélgica e Estónia), através de vários parceiros¹⁷ em sessões *online* e presenciais. Para concretizar os seus objetivos, a iniciativa concebeu as seguintes ferramentas: i) uma plataforma online; ii) atividades com conjuntos de indivíduos comunitários e de diferentes idades, locais; iii) recurso de vídeo “YouTube news”; iv) atividades de *blended-learning* e reflexão. O *website* encontra-se disponível e os respetivos documentos permanecem disponíveis para consulta.

1.3.14. bYou¹⁸

O projeto bYou surge em 2020, a nível nacional, com diversos agrupamentos escolares¹⁹ como parceiros e *media*, nomeadamente, a RTP, a Antena 1 e a Rádio ZigZag e a

¹⁶“SMaRT-EU” (n.d) <http://smart-toolkit.eu/>

¹⁷ *Pontydysgu* (é especializada no uso de tecnologia na educação, organiza workshops regulares para professores de escolas); dkmk (Associação para a Comunicação e a Cultura dos *Media* tem como objetivo e finalidade melhorar a cultura dos meios de comunicação social e da comunicação dos cidadãos da República da Croácia); Mediawijs (Centro de Conhecimento para Alfabetização Digital e Midiática do governo Flamengo); Universidade de Tartu (principal universidade de investigação da Estónia); e a Agência Europeia de Informação e Aconselhamento para Jovens - ERYICA (organização independente composta por órgãos e redes nacionais e regionais de coordenação de informação para jovens).

¹⁸bYou. (n.d.). Universidade do Minho <https://www.byou.ics.uminho.pt/>

¹⁹ Agrupamento de Escolas de Abade de Baçal, em Bragança Agrupamento de Escolas de Albufeira, em Albufeira; Agrupamento de Escolas de Alvaiázere, em Alvaiázere; Agrupamento de Escolas de Anadia, em

Rede de Bibliotecas Escolares. Tem como premissa incentivar as crianças a ser sujeitos ativos e participativos, destinando-se a três faixas etárias diferentes (entre os 11 e os 18 anos - 6º, 9º e 12º ano), com o objetivo de desenvolver um panorama de evolução que permita ser visualizado, desde o que muda ao que permanece durante este processo de vivências mediáticas. Atualmente as dificuldades sociais, no que concerne aos avanços tecnológicos, impossibilita, mesmo estando presente no digital, a consideração das suas opiniões e contributos. Estas são questões que dão nome ao projeto: *bYou-be you* (sê tu) e *by you* (por ti). A metodologia utilizada na realização deste projeto foi primeiramente um inquérito *online* a nível nacional, grupos de discussão, expressões das crianças sobre e através dos *media* (vídeos, *podcasts*, entre outros conteúdos produzidos por crianças) e expressões de crianças pelos *media* escolares, estratégias que deram origem aos seguintes resultados: vídeo, livro, exposição e participação em conferências, entre outros conteúdos disponíveis no *website* da iniciativa.

1.3.15. Vozes de Gaia²⁰

O “Vozes de Gaia” foi um projeto realizado pelo jornal Público e da Fundação INATEL, iniciado em 2021 e terminado em 2022, tendo como investidor social a Câmara Municipal de Vila Nova de Gaia, no distrito do Porto. Através da identificação do problema da iliteracia por parte deste grupo-alvo, sendo estes cidadãos incapazes de decifrar a veracidade de uma informação que lhes era chegada e ficando à mercê de interesses por parte de quem provoca a desinformação, assim como, a dificuldade que detinham de acesso aos meios digitais e combater a exclusão social, surgiu este projeto com o intuito de auxiliar na resolução deste problema.

Este projeto foi dirigido aos cidadãos de 55 anos residentes no concelho e traduziu-se numa formação em que os participantes se tornaram jornalistas numa redação comunitária e aprimoraram competências para melhor exercer a cidadania, através do acompanhamento de jornalistas profissionais que os orientam em toda a produção e realização do jornal impresso e digital, assim como na execução de conteúdos para rádio e *podcasts*.

Anadia; Agrupamento de Escolas de Arraiolos, em Arraiolos; Agrupamento de Escolas de Benavente, em Benavente; Agrupamento de Escolas de Campo Maior, em Campo Maior; Agrupamento de Escolas de Caneças, em Caneças; Agrupamento de Escolas Carlos Amarante, em Braga; Agrupamento de Escolas Carolina Michaëlis, no Porto; Agrupamento de Escolas de Castro Daire, em Castro Daire; Agrupamento de Escolas Fernão de Magalhães, em Chaves; Agrupamento de Escolas de Ferreira do Zêzere e Agrupamento de Escolas de Freixo, em Ferreira do Zêzere.

²⁰Vozes de Gaia. (n.d.). Público <https://vozesdegaia.publico.pt/>

1.3.16. YouNDigital²¹

Em 2022 iniciou-se o projeto YouNDigital – Jovens, Notícias e Cidadania Digital, integrado no Centro de Investigação em Comunicação Aplicada, Cultura e Novas Tecnologias (CICANT) e financiado pela Fundação para a Ciência e Tecnologia (FCT) com data de finalização em 2024.

O projeto concretiza-se no *online* e tem como um dos objetivos de entender a relação dos jovens com as notícias, desde os seus interesses, necessidades e vida social.

Tendo em consideração os diversos contextos de vida dos cidadãos sustenta-se numa metodologia de pesquisa-ação participativa em três alicerces: análise das lacunas da literatura desde o início do milénio até aos últimos 10 anos, de forma a realizar uma contextualização mais detalhada acerca da sociedade no digital e da sua participação; através da execução de um questionário *online*, entrevistas semiestruturadas e diários, perceber como os jovens produzem e consomem informação através da prática no digital; formação de uma redação digital (português, inglês e espanhol) e realização de dois cursos direcionados para jovens, educadores, jornalistas e decisores.

1.3.17. Plano Nacional de Literacia Mediática ²²

O Plano Nacional de Literacia Mediática – Estratégica 2025-2029, esteve em consulta até fevereiro de 2025, com o objetivo de permitir que os cidadãos pudessem contribuir com sugestões, de forma a acelerar a transformação digital e obter uma sociedade mais informada, crítica e ativa. Sendo um desafio coletivo o plano do Governo da promoção da literacia dos *media* envolve escolas, universidades, bibliotecas, associações e organizações da sociedade civil, de modo a reforçar as competências críticas e de análise dos cidadãos face ao ecossistema mediático.

Alinhada com o Plano de Ação para Comunicação social, esta iniciativa como intuito “estruturar uma resposta eficaz aos desafios da desinformação e promover um ambiente mediático mais transparente, plural e inclusivo” (SGPCM²³, 2025, p.2)

²¹YouNDigital (n.d) <https://youndigital.com/>

²²Plano Nacional de Literacia Mediática (n.d) <https://www.sg.pcm.gov.pt/a-sgpcm/noticias/2025/fevereiro/plano-literacia-mediatica/>

²³ SGPCM – Secretária Geral da Presidência do Concelho de Ministros

Um dos pilares estratégicos deste projeto é promover o pensamento crítico face ao que é consumido no digital, preparando a sociedade para participar de forma ética e informada nas novas tecnologias e garantindo a utilização responsável da inteligência artificial. Tendo por base um quadro que favoreça a transparência e a segurança informativa, conforme as diretrizes europeias no combate à desordens informativas.

A implementação desta iniciativa terá um carácter transversal e irá envolver 4 setores da sociedade, nomeadamente: a educação e a juventude (formando professores e colocando a literacia dos *media* nos currículos escolares); comunicação social (parcerias com os meios de comunicação social e promoção do jornalismo assim como verificação dos factos); administração pública e setor privado (desenvolver políticas para a comunicação ética e responsável); e sociedade civil (defesa da informação fidedigna através de campanhas de sensibilização e envolvimento de associações e cidadãos).

Este projeto consagra também uma #PortugalMediaLab – Estrutura de Missão para a Comunicação Social que tem como objetivo monitorizar e coordenar as políticas públicas nos *media* e convida os cidadãos a participar nesta iniciativa de forma a colocar a literacia dos *media* como um pilar da democracia.

1.4. Projetos de literacia dos *media* e a sua continuidade

Após a exposição dos projetos é possível concluir que já existem diversas formas de apresentar e formar os cidadãos sobre a literacia dos *media*, desde os mais jovens aos mais velhos, utilizando abordagens mais tradicionais como práticas de saber fazer, ou até mesmo estratégias de *role playing* e educação informal. Contudo, certos projetos apresentados têm prazos de realização, outros já se encontram concluídos, apesar dos conteúdos permanecerem disponíveis nos respetivos *websites*. Destes projetos apresentados, cinco deles já terminaram, nomeadamente, Radioactive, Digi-educa, Media Veritas, SMaRT-EU e Vozes de Gaia, e o YouNDigital termina em 2024. Estes projetos realizavam-se de forma contínua, como uma formação e não se encontravam apenas ligados ao contexto escolar, e sobretudo aos alunos do 1º ciclo ao secundário. A população que abrangiam era mais diversificada, ao contrário de outros projetos enumerados.

Posto isto, a pergunta que permanece é se serão suficientes e por que razão não alcançam todos os cidadãos, sendo que os mesmos se dedicam a vários grupos da sociedade (desde os mais jovens aos mais adultos e grupos vulneráveis).

O pensamento que continua mesmo com todas estas oportunidades é que é necessário dispor de um tempo da vida de cada um, para se formarem acerca da literacia dos *media*, é necessária predisposição por parte dos cidadãos. Todavia, e se a educação fosse realizada de forma informal e estivesse apenas à distância, por exemplo, de um clique no comando da televisão, no canal que os cidadãos visualizam/ ouvem todos os dias assim que chegam a casa? Não chegaria a mais cidadãos? Não poderia ser mais eficaz na medida que “entra” sem perguntar em casa de cada um, assim como, as publicidades? Porque não apostar num projeto diferente de todos os apresentados, anteriormente, um minuto de educação em vez dos comerciais que são colocados todos os dias, desde este exemplo que é a televisão, à rádio, à imprensa e ao digital. Esta é uma das questões que será estudada nesta investigação.

Capítulo 2: Competências digitais para uma cidadania responsável

Após a realização da revisão de literatura, no que concerne ao surgimento do conceito de literacia dos *media* em Portugal, as desordens informativas e a análise de projetos realizados nesta área, é possível concluir que a transformação registada no ecossistema mediático trouxe visíveis consequências para a forma como a sociedade participa, acede e consome informação através dos *media*.

Neste capítulo será abordado o que são as competências digitais para uma cidadania responsável, tendo por base aquelas que são consideradas pela Organização para a Cooperação e Desenvolvimento, DigComp 2.2, quer por autores como Norden (2017).

2.1. Competências Digitais

Na era digital, tornou-se essencial garantir que os cidadãos estão dotados de competências de literacia dos *media*, a fim de serem capazes de usufruir e utilizar, quer de forma responsável, quer de forma segura, as ferramentas que têm à disposição e, assim, navegar no ecossistema mediático.

As competências digitais são habilidades que podem ou não ser inerentes ao cidadão, alcançadas e melhoradas com o passar do tempo e com a sua aplicação. De acordo com Pedro, Santos e Mattar (2023) o conceito de ‘competências digitais’, encontra-se em constante evolução e está ligado com o progresso das tecnologias digitais, surgiu da necessidade de especificar as habilidades que os cidadãos têm de se dotar para coabitar na era digital e exercer a cidadania na sociedade atual (Pedro et al., 2023, p.12).

De acordo com a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento (OCDE), 2014, falar de competências digitais é remeter para as faculdades que os cidadãos têm de utilizar a tecnologia no quotidiano, para seu benefício tendo por base a disponibilização de conteúdos para o cidadão digital.

Trata-se da capacidade de usar tecnologia para resolver problemas e realizar tarefas complexas. Não é uma avaliação dos conhecimentos em matéria de informática, mas das capacidades cognitivas exigidas numa época em que a informação é fundamental — uma época em que a acessibilidade de informações sem limites exige que as pessoas sejam capazes de decidir qual informação lhes é

necessária, de a avaliar sob um prisma crítico e de a utilizar para resolver problemas. (OECD, 2014, p. 2)

As competências digitais designadas pelo Quadro Europeu de Competência Digital para cidadãos (Ver Figura 1), também conhecido como DigComp 2.2²⁴, dividem-se em cinco fases chave: i) literacia de informação e de dados; ii), comunicação e colaboração; iii) criação de conteúdo digital; iv) segurança; v) resolução de problemas – desenvolvimento de soluções. Este é um instrumento europeu desenvolvido com o objetivo de melhorar as competências digitais dos cidadãos e auxiliar os políticos na tomada de decisões, através da criação e planeamento de iniciativas de educação e formação para grupos-alvo específicos. As competências-chave de cada cidadão, em geral, são essenciais para a realização pessoal e profissional, para uma cidadania ativa e inclusão social. São sustentadas e consideradas pela proposta DigComp 2.2, como interligadas e complementares, na medida em que potenciam o reforço de um saber fazer inclusivo para atender necessidades contemporâneas da literacia dos *media*.

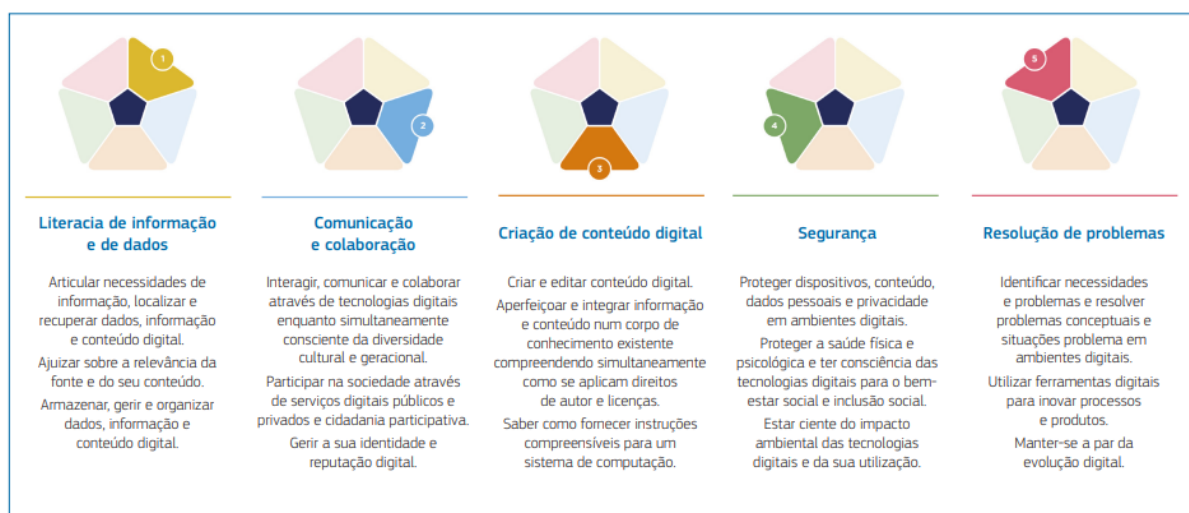


Figura 1 Áreas de competência e descritores (Dimensão 1 e 2) pela DigComp. 2.2 Fonte: União Europeia (2014)

A forma como são caracterizadas as competências digitais não é consensual por alguns autores que estudam o tema, assim como, Jenkins (2006), por exemplo, apresentou o seu próprio modelo, em que as competências são expostas numa perspetiva relacional e destaca a importância do cidadão dominar as tecnologias para participar em comunidade. Por outro lado,

²⁴O DigComp, desenvolvido pela União Europeia, permite uma compreensão comum do que são as competências digitais. O modelo 2.2 fornece mais de 250 novos exemplos de conhecimentos, competências e atitudes que ajudam os cidadãos a envolverem-se de forma crítica e segura no digital, e em sistemas impulsionados pela inteligência artificial. O quadro tem em consideração as diretrizes de acessibilidade digital, uma vez que a criação de recursos digitais acessíveis é uma prioridade.

Eshet-Alkalai (2004) define a literacia digital com base nas competências sociais relacionadas com estudos no campo da psicologia, da cognição e da emoção. Também o modelo de Van Deursen (2014), no qual se distinguem várias competências orientadas para a prática, onde as competências são descritas como: informação, formais, operacionais, estratégicas e operacionais.

Um dos estudos sobre as competências digitais é o de Nordén, Mannila e Pears (2017), no qual argumentam a necessidade e importância dos docentes desenvolverem competências digitais para que eles e os estudantes sejam cada vez mais capazes de enfrentar os desafios tecnológicos. O estudo criou também uma ferramenta com o intuito de avaliar as competências dos próprios cidadãos que teve por base a definição do *framework* DigiComp 2.0 de competência digital, apresentado anteriormente, utilizado para diagnóstico dos níveis de domínio das competências digitais dos integrantes do sistema escolar, como por exemplo, a utilização responsável das ferramentas digitais.

Em 2024, Lucas e Bem-haja publicaram um estudo solicitado pela Direção-Geral da Educação à Universidade de Aveiro em 2020, nomeado de Estudo de avaliação do efeito do “Projeto de Capacitação dos Docentes em Competências Digitais”, na mesma linha de avaliar as competências digitais dos docentes, uma vez que são uma classe muito importante que instrui as gerações futuras. Nesta investigação participaram 99 760 docentes e para avaliação das suas competências foi adotado o Quadro Europeu de Competência Digital para Educadores (DigCompEdu) é uma ferramenta de autorreflexão desenvolvida com base no quadro chamada de *Check-in*. Com este estudo foi possível concluir que o nível de proficiência era baixo, atendendo ao DigComEdu cujo situa o nível B2 Especialista como “alicerce para o uso crítico e refletido de tecnologias digitais” (Lucas, M. & Bem-haja, P., 2024, p.10).

2.2. Cidadania Digital: cidadãos e literacia dos *media*

O crescimento do uso da *internet* e das tecnologias digitais têm vindo a aumentar e com esta utilização surgiram novos conceitos, como o de cidadania digital e de cidadão digital.

O conceito de cidadania é um direito importante consagrado pelo Estado português, segundo a Constituição da República Portuguesa, e que é associado à prática de direitos civis e políticos, no qual se traduz na participação de forma individual e/ ou coletiva na sociedade. De acordo com a Direção-Geral de Educação, tal como surge na secção da Educação para a Cidadania, a cidadania exterioriza-se “numa atitude e num comportamento, num modo de estar

em sociedade que tem como referência os direitos humanos, nomeadamente os valores da igualdade, da democracia e da justiça social” (DGE, 2012, p. 1).

A cidadania é um direito que acarreta deveres, pois o cidadão deve usá-lo de forma responsável, estando informado e consciente. É de salientar que não basta ter acesso às informações, no entanto, é uma condição importante para a prática da cidadania, pois o pensamento crítico sobre as informações que são cedidas ao cidadão é de extrema importância. Patrocínio (2005) considera que o cidadão estar informado é condição necessária para o questionamento e exercício de plena cidadania, uma vez que, a compreensão da informação acedida é um ponto de partida para o conhecimento e para a comunicação entre cidadãos.

Numa sociedade onde conceitos como “cidadão digital” se têm vindo a implementar devido à imersão de uma nova cultura, a era da *internet*, e tendo por base que o conceito da cidadania, ainda se encontra ligada ao Estado e associada à democracia representativa é necessário entender como este conceito se expande.

Atualmente a vivência no *online* globalizada tem contrariado a ideia primária de a cidadania ter apenas uma dimensão ligada às instituições, ao espaço de residência, ou até mesmo a nível nacional, apresentando ser mais transversal tornando o cidadão cada vez mais construído socialmente. A cidadania digital “apresenta um sentido mais global, mais universal dado que as pertenças de cada pessoa são múltiplas e cada vez mais diversificadas, enriquecendo a construção de sentido do que é ser cidadão” (Patrocínio, 2005, p. 4).

A imersão da cidadania digital remete-nos para a questão do que é o cidadão digital. Uma designação popular entre os anglo-saxónicos para o cidadão da era digital, utilizada pela primeira vez em 1992 é a de cibercidadão (*netizen*). Hauben (1996) defende que nem todos os utilizadores da Internet são cibercidadãos. Os *netizen* são pessoas que no meio *online* interagem para o desenvolvimento do espaço digital, acrescentam valor, debatem sobre assuntos de forma construtiva, alimentam o espaço digital, diferente do que acontece na sociedade *offline*.

A sociedade *online* difere da sociedade *offline* por acolher a atividade intelectual. As pessoas são encorajadas a ter coisas em mente e a apresentar essas ideias na Internet. As pessoas podem ser intelectualmente interessantes e interessadas. Esta atividade intelectual constitui a maior parte da informação online transportada pelas diversas redes de computadores. Os internautas podem interagir com outras pessoas para ajudar a

adicionar ou alterar essas informações. (Hauben & Hauben, 1996, p. 2)

No que concerne ao cidadão digital, Neves (2010) refere que devido à sociedade se encontrar globalizada digital e tecnologicamente, os cidadãos encontram-se individualizados em rede, uma vez que, as conexões na *internet* não são condicionadas pela distância e os cidadãos digitais são livres para escolher quando e onde participar nas redes. Por este motivo, descreve o cidadão digital como um conceito associado ao individualismo e ligado a todos os cidadãos que utilizam a *internet*, todavia, refere que existem várias nuances a serem aprofundadas quando falamos de cidadão digital. Considera que o cidadão tem o poder de escolher onde, quando e como quer participar e o quanto quer investir nas redes (Neves, 2020)

Por outro lado, o Conselho da Europa descreve o cidadão digital como alguém que tem competências digitais, uma boa relação com a *internet* e com as tecnologias, participa de forma ativa e responsável, socialmente, e encontra-se em constante aprendizagem ao longo da vida. Tendo em consideração que os meios digitais se encontram em constante evolução.

Uma pessoa que domina as competências da cultura democrática, de modo a ser capaz de se envolver de forma competente e positiva com as tecnologias digitais em evolução /mais atuais; participar activa, contínua e responsabilmente em atividades sociais e cívicas; estar envolvido num processo de aprendizagem ao longo da vida (em contextos formais, informais e não formais) estar empenhado na defesa contínua dos direitos humanos e da dignidade. (Conselho da Europa, 2019)

Um exemplo que poderemos considerar como um cidadão digital seria um criador de conteúdos da *Wikipédia*, devido ao seu envolvimento com a comunidade digital partilhando conhecimentos e informações. Contudo, sendo a *Wikipédia* uma plataforma digital aberta que permite a todos os cidadãos digitais interagir, por vezes, pode conter informações que não sejam fidedignas, promovendo a desinformação, nomeadamente com informação incorreta. Tal comportamento pode ser considerado como cidadania irresponsável, visto que a desinformação prejudica a verdade.

2.2.1 Direito e deveres dos cidadãos digitais

A partir da reflexão sobre o que é a literacia dos *media* e o conceito de cidadania digital, é-nos possível aprofundar quais são os direitos e os deveres dos cidadãos.

Quando falamos de cidadania é fundamental refletir sobre os direitos que dela advêm, tendo em consideração que, quando existem direitos, também há deveres que devem ser cumpridos por parte dos cidadãos que deles usufruem. Em 2015, Ribble, ao conceber os Nove Elementos da Cidadania Digital²⁵, propõe elementos base para a cidadania digital, designadamente: i) “Etiqueta Digital”; ii) “Comunicação Digital”; iii) “Literacia Digital”; iv) “Acesso Digital”; v) “Comércio Digital”; vi) “Lei Digital”; vii) “Direitos e Responsabilidades Digitais”; viii) “Saúde e Bem-Estar Digital”; e por fim, ix) “Segurança Digital (autoproteção)”. (Miúdos Seguros na Net²⁶, 2010)

Os direitos existem para todos os cidadãos digitais, como por exemplo, o direito à igualdade, à privacidade, à segurança e à liberdade de expressão. No que concerne ao direito à privacidade, o cidadão pode colocar os seus perfis privados, e esta opção é totalmente da sua responsabilidade, tendo a obrigação de cumprir as normas em vigor nos meios digitais. Com base no exemplo anterior, o mesmo pode ser utilizado para explicar a liberdade de expressão. O cidadão digital tem o direito de expressar os seus pensamentos, mas isso não quer dizer que possam partilhar discursos de ódio.

O autor defende que os direitos devem ser discutidos para que possam ser compreendidos no digital. Quanto aos deveres, refere que os cidadãos digitais têm o dever de ajudar na definição de forma adequada e responsável.

Para que tudo funcione no digital os direitos e os deveres têm de ser cumpridos, até porque a Internet não é um mundo paralelo isento de regras de conduta e os cidadãos podem sofrer consequências a partir das ações realizadas nela.

²⁵ *Nine Elements of Digital Citizenship*

²⁶ Os Miúdos Seguros na Net é um projeto com origem em 2003 e que tem como objetivo ajudar famílias, escolas e comunidades a promover a segurança online de crianças e jovens, através de vários conselhos e dicas que podem ser encontrados no website <https://www.miudossegurosna.net/>.

Capítulo 3: Metodologia

No seguimento do que foi anteriormente refletido, esta dissertação pretende compreender que tipo de modelo/proposta de programa de literacia para os *media* poderá ser mais eficaz para educar os cidadãos portugueses e auxiliá-los a retirar vantagens das possibilidades dos novos *media* aplicando uma cidadania digital responsável e a perceber como lidar com a desinformação.

Neste capítulo será apresentada a metodologia utilizada, que neste caso, foi a mista. Assim sendo, os métodos da pesquisa alinhados com a problemática, e com os objetivos do estudo para perceber as necessidades dos cidadãos quanto à literacia dos *media*, foram realizados dois questionários, um de carácter geral sobre a literacia dos *media* e os conceitos que esta temática envolve; e um questionário direcionado para a concretização de uma proposta de programa. Será também apresentada a caracterização da amostra e o contexto onde estão inseridos os cidadãos portugueses, a par da justificação dos meios de comunicação social entrevistados para a realização do projeto de investigação.

Para um melhor entendimento e justificação da metodologia aplicada neste projeto, é necessário identificar o problema que originou esta investigação. Assim, o foco desta pesquisa incide sobre a análise de evidências relativas ao nível de conhecimento dos cidadãos sobre literacia dos *media*, bem como a identificação da necessidade de mais iniciativas que possam servir como propostas — ou modelos — de programas de educação para os *media*, capazes de responder de forma mais eficaz às necessidades dos cidadãos e, eventualmente, serem veiculadas nos próprios meios de comunicação.

A metodologia aplicada neste estudo é mista, quantitativa e qualitativa, recorrendo primeiro à revisão de literatura e a um mapeamento sobre os projetos de literacia dos *media* existentes em Portugal, depois aplicação de questionários aos cidadãos portugueses entre a faixa etária dos 15 aos 65 anos, tendo em conta as faixas etárias que consomem informação nos meios de comunicação social, com base nas estatísticas utilizadas para análise do OberCom 2024, a par de dados encontrados nos websites dos meios de comunicação social. Também porque, a partir dos 15 anos, os jovens já têm responsabilidade social e cívica de compreender este assunto e se tornarem adultos responsáveis. A amostra que respondeu a este inquérito por questionário não é representativa da sociedade portuguesa.

O primeiro questionário desenvolveu-se de 6 de junho de 2023 a 6 de julho de 2023 e o segundo de 15 de outubro de 2024 a 5 de novembro de 2024, devido à falta de respostas no primeiro questionário, que dessem pistas para o desenvolvimento da proposta de programa. Foram, também, realizadas sete entrevistas a profissionais dos meios de comunicação social, considerados pelo estudo da OberCom (2024) meios de comunicação social mais confiáveis pela suas notícias por parte dos cidadãos portugueses, nomeadamente, ao diretor adjunto da RFM, diretora de Informação do Porto Canal, jornalista da secção de áudio do jornal Público, diretora do Jornal de Notícias, editora geral do Notícias ao Minuto, da direcção de informação da Rádio Comercial e o diretor da RDP Internacional e responsável pelo Ensina RTP da RTP. Estas práticas de investigação que serão utilizadas nesta dissertação são frequentemente descritas como distintas, no entanto, completam-se ajudando na ligação e no aprofundamento dos dados recolhidos e direcionando a apresentação da amostra adequada.

Um design de métodos mistos é útil quando a abordagem quantitativa ou qualitativa por si só é inadequada para entender melhor um problema de pesquisa ou os pontos fortes da pesquisa quantitativa e qualitativa podem fornecer o melhor entendimento. Por exemplo, um pesquisador pode querer generalizar as descobertas para uma população, bem como desenvolver uma visão detalhada do significado de um fenômeno ou conceito para indivíduos. (Creswell, 2009, p.35)

Segundo o estudo de Creswell (2009), constata-se que os paradigmas podem ser utilizados em simultâneo ou sequencialmente, tendo em conta a questão de investigação que se pretende dar resposta e os dados necessários que se tenha de obter. Berg (2001) descreve a utilização de dados qualitativos e quantitativos como “o qualitativo refere-se aos significados, conceitos, definições, características, metáforas, símbolos e descrições das coisas. Em contraste, o quantitativo refere-se a contagens e medidas das coisas” (Berg, 2001, p.3) Poderá tornar-se assim numa mais-valia para os estudos, uma vez que, ajuda a obter dados estatísticos com a metodologia quantitativa e por sua vez, a qualitativa complementa através das entrevistas, por exemplo, como nesta dissertação.

3.1. Questão de partida, subquestões e objetivos da proposta

Tendo em conta que esta dissertação tem por fim desenhar um programa de educação para os *media*, a ser proposto como modelo para poder ser veiculado nos meios de comunicação

social, pretende-se responder à seguinte questão principal e subquestões no capítulo 4 que acarretam os seguintes objetivos alicerçados a cada uma delas:

“Que tipo de modelo/proposta de programa de literacia para os *media* poderá ser mais eficaz para educar os cidadãos?”.

Subquestão 1: De que forma podem os meios de comunicação social contribuir para a literacia dos *media* em Portugal?

Hip. 1.1: Implementar projetos de literacia dos *media* nos diversos meios de comunicação social para os cidadãos.

Hip. 1.2: A maioria dos meios de comunicação social não têm, nem planeiam realizar projetos de literacia dos *media*.

Objetivos: Entender se os meios de comunicação se consideram como elementos fundamentais na dinamização da literacia dos *media* junto dos cidadãos portugueses e explorar as dificuldades práticas, culturais e organizacionais que possam impactar a implementação dos projetos.

Subquestão 2: Qual o papel dos jornalistas dos meios de comunicação social na promoção da literacia dos *media* em Portugal?

Hip. 2.1: Para além do seu trabalho diário, concretizar projetos nos meios de comunicação social em que trabalham para os cidadãos.

Hip. 2.2: Partilhar notícias diariamente.

Objetivo: Perceber o que podem ou fazem os jornalistas, para além, do seu trabalho diário em prol da literacia dos *media*.

Subquestão 3: Em que medida sabem os profissionais explicar o conceito de literacia dos *media*?

Hip. 3.1: Sendo profissionais o conceito de literacia dos *media* é de fácil designação.

Hip. 3.2: Os profissionais dos meios de comunicação não sabem explicar o conceito de literacia dos *media*.

Objetivo: Entender o que os profissionais de comunicação social sabem acerca da temática literacia dos *media*.

Subquestão 4: Os cidadãos portugueses sabem o que significa literacia dos *media*?

Hip. 4.1: Os cidadãos portugueses sabem o significado de literacia dos *media*.

Hip. 4.2: Os cidadãos portugueses não sabem o significado de literacia dos *media*.

Hip. 4.3: Os cidadãos portugueses pensam que sabem o significado de literacia dos *media*, no entanto, indicam designações que não explicam o conceito.

Objetivo: Compreender o que sabem os cidadãos portugueses acerca do conceito.

Subquestão 5: Terão os cidadãos portugueses competências para distinguir entre informações falsas e notícias?

Hip. 5.1: Os cidadãos portugueses não sabem distinguir informações de notícias, acreditam que as informações que são partilhadas nas redes sociais são notícias.

Hip. 5.2: Os cidadãos portugueses sabem a distinção entre notícia e informação falsa.

Objetivo: Quais as competências que detêm os cidadãos portugueses.

Subquestão 6: Será que os cidadãos portugueses aplicam uma cidadania digital responsável?

Hip. 6.1: Sim, porque os cidadãos portugueses antes de partilhar uma notícia, ou uma informação, confirmam a fonte e a sua data.

Hip. 6.2: Não, porque os cidadãos portugueses não validam as informações nem notícias antes de as partilhar.

Objetivo: Depreender se os cidadãos aplicam uma cidadania digital responsável.

Subquestão 7: Conheceram ou participaram os cidadãos portugueses em algum projeto de literacia dos *media*?

Hip. 7.1: Os cidadãos portugueses conhecem algum/ alguns projetos de literacia dos *media*, mas nunca participaram em nenhum.

Hip. 7.2: Os cidadãos portugueses já participaram em algum/ alguns projetos de literacia dos *media*.

Hip 7.3: Os cidadãos portugueses não conhecem nenhum projeto de literacia dos *media*.

Objetivo: Constatar quais e se conhecem, os portugueses os diversos projetos de literacia dos *media* já implementados.

Subquestão 8: Terão os cidadãos portugueses necessidade de mais projetos de literacia dos *media*?

Hip. 8.1: Sim, de forma a serem mais conscientes digitalmente, como por exemplo, entendendo como perceber a diferença entre uma notícia e uma informação que pode ser falsificada.

Hip. 8.2: Não, já existem diversos.

Objetivos: Entender a necessidade de existir mais projetos de literacia dos *media* e analisar a receção e impacto dos projetos de literacia na sociedade.

Subquestão 9: Quais são as práticas e modelos existentes de literacia dos *media* em jornalismo utilizados em diferentes contextos e como eles podem ser aplicados a múltiplos meios de comunicação social?

Hip. 9.1: Recriar conteúdos versáteis para os diversos meios de comunicação social que possam ser adaptados.

Hip. 9.2: Criar conteúdos diferentes para cada um dos meios de comunicação social.

Objetivo: Investigar exemplos de modelos já implementados e avaliar sua aplicabilidade em cenários variados.

Subquestão 10: Quais são as características essenciais de um projeto eficaz de literacia dos *media* em jornalismo?

Hip. 10.1: Projetos curtos e claros, com linguagem simples.

Hip. 10.2: Projetos desenvolvidos minuciosamente, com linguagem científica.

Objetivo: Identificar os elementos que compõem um projeto de literacia dos *media* que seja eficaz e relevante no contexto do jornalismo.

Subquestão 11: Qual o papel das novas tecnologias e plataformas digitais na eficácia de projetos de literacia dos *media* em jornalismo?

Hip. 11.1: Os cidadãos têm preferência de aprender mais acerca da literacia dos *media* nas plataformas digitais, do que nos meios de comunicação social tradicionais.

Objetivo: Avaliar como a incorporação de tecnologias emergentes e plataformas digitais pode melhorar ou prejudicar esses projetos.

Subquestão 12: Qual poderá ser o melhor modelo de programa para imprensa, televisão, rádio e digital, de forma a educar para os *media*, e ser transmitido pelos meios de comunicação social?

Hip. 12.1: Conteúdos dinâmicos e interativos, que chamem mais atenção, através de imagens e pouco texto e entrevistas.

Objetivo: Entender que tipo de modelo de programas funcionam melhor para os cidadãos.

A utilização da ferramenta de análise dos objetivos alinhados as subquestões e hipóteses subjacentes permitem uma análise mais sistemática, detalhada e estruturada, quando analisados os métodos de estudo, nomeadamente, os questionários e entrevistas no capítulo seguinte. Auxiliando assim, a clarificar o foco desta investigação e a própria análise de dados obtidos.

3.2. Local de implementação do projeto e participantes

Para além da literacia dos *media* ser ensinada em contexto escolar, deve também abranger outros meios sociais, em contextos informais. Assim sendo, a Agenda de Paris sustenta (2007) que a literacia dos *media* não pode ser apenas aplicada em ambiente escolar, pois deve ser complementada através de atividades ao nível de aprendizagem não formal, como por exemplo através dos meios de comunicação social. Desta forma, os cidadãos devem ser educados sobre a literacia dos *media* nos diversos ambientes sociais.

A educação não formal é considerada como um aglomerado de “aprendizagens organizadas, estruturadas e intencionais que ocorrem fora dos sistema de ensino geral”

(Patrício, 2019, p.105), pois distingue-se os meios de comunicação social como um dos locais onde se podem desenvolver os ensinamentos generalizados, acerca da literacia dos *media*.

Em Portugal, falando dos meios de comunicação social e relacionando a educação não formal e a literacia dos *media*, os meios de comunicação social promovem a informação, através dos factos, diariamente, de forma a promover uma sociedade mais plural e informada.

Para iniciar esta investigação foi necessário realizar uma revisão de literatura, de forma, a entender que estudos já tinham sido desenvolvidos neste âmbito, quais os projetos implementados em Portugal e a perceção de alguns conceitos. A revisão de literatura serve como o ponto de partida para o desenvolvimento desta dissertação. “Serve para posicionar o leitor do trabalho e o próprio pesquisador acerca dos avanços, retrocessos ou áreas envoltas em penumbra” (Moreira, 2004, p.23).

Posteriormente foi desenvolvido um questionário geral acerca das várias temáticas que envolvem o conceito da literacia dos *media* aos cidadãos portugueses, uma vez que, um dos principais objetivos deste estudo, numa primeira fase, é diagnosticar o que sabem os cidadãos portugueses, compreendidos na faixa etária estipulada, acerca da temática em estudo. Para Quivy e Campenhoudt (1998) a utilização de metodologia do inquérito por questionário, para além de permitir respostas, de forma a validar a investigação, também auxilia na perceção da opinião dos cidadãos tendo em conta o meio onde se inserem. Este método de investigação permite quantificar enumerados dados, no entanto, só é útil na medida do tratamento quantitativo, na comparação de respostas.

Consiste em colocar a um conjunto de inquiridos, geralmente representativo de uma população, uma série de perguntas relativas à sua situação social, profissional ou familiar, às suas opiniões, à sua atitude em relação a opções ou a questões humanas e sociais, às suas expectativas, ao seu nível de conhecimentos ou de consciência de um acontecimento ou de um problema, ou ainda sobre qualquer outro ponto que interesse aos investigadores. (Quivy & Campenhoudt, 1998, p. 188)

O inquérito por questionário realizado nesta investigação foi elaborado através da ferramenta disponibilizada pela *Google*, o *Google Forms*, uma plataforma online de criação de formulários. A escolha por esta aplicação recai sobre as variadas opções que dispõe relativamente aos formatos de resposta, desde escolha múltipla, texto (parágrafo ou uma frase), escolha de diversas opções, entre outras, e também pela fácil partilha. Este instrumento de estudo permite ao investigador realizar todas as questões que forem necessárias sem limite e

em tempo real. O intervalo etário compreendido neste inquérito por questionário foi dos 15 aos 65 anos. O período temporal em que o questionário se encontrou disponível para resposta foi de 6 de junho de 2023 a 6 de julho de 2023, e estimou-se em média 10 minutos para responder. Foi disponibilizado nas redes sociais *Facebook, Instagram, Messenger, LinkedIn e Whatsapp*. A realização das questões inseridas no inquérito por questionário teve em consideração os objetivos propostos nesta investigação.

Neste seguimento, recorrendo a investigação a uma metodologia mista, de forma a entender o que consideram literacia dos *media* os profissionais de comunicação inseridos nos meios de comunicação social portugueses, foram realizadas entrevistas semiestruturadas. Segundo Amado (2013), o método das entrevistas é a principal ferramenta de pesquisa qualitativa, devido às questões não serem rígidas e o que permite que o entrevistado desenvolva as suas ideias de resposta, tendo sempre em consideração as suas referências, e mencionado o mais importante, por palavras do próprio e possibilitando assim, a compreensão imediata das informações necessárias. Esta forma de investigação auxilia na obtenção de mais informações acerca do objeto de estudo.

Inicialmente estimava-se realizar um total de 4 entrevistas, uma a cada um dos profissionais dos meios de comunicação social, televisão, rádio, jornal e nativo digital, no entanto como as respostas se mostraram insuficientes para constatar ideias foram sendo realizadas mais entrevistas, segundo a listagem dos meios mais confiáveis pela suas notícias no estudo da OberCom (2024), o que originou um total de 7 entrevistados: i) diretor adjunto da RFM; ii) diretora de informação do Porto Canal; iii) jornalista da secção de áudio do jornal Público; iv) diretora do Jornal de Notícias; v) editora geral do Notícias ao Minuto; vi) direção de informação da Rádio Comercial; vi) e diretor da RDP Internacional e responsável pelo Ensina RTP da RTP.

Para além da realização do questionário geral e das entrevistas aos profissionais dos meios de comunicação social mencionados, ao contrário do que foi pensado inicialmente, foi realizado um outro questionário mais direto para a pergunta de investigação com o objetivo de perceber qual o modelo de programa que os cidadãos portugueses teriam mais interesse de acompanhar.

3.3. Metodologia e métodos

Para o desenvolvimento deste estudo, como já foi mencionado, optou-se por uma metodologia mista, cruzando métodos qualitativos e quantitativos, através da aplicação de questionários e entrevistas semiestruturadas. As entrevistas foram realizadas por e-mail e chamadas telefônicas, visto que os participantes informaram indisponibilidade para as principais opções mencionadas, nomeadamente, presencial ou videochamada. Mesmo as entrevistas por e-mail aos entrevistados, possibilitaram a realização de mais questões de forma a complementar o que disseram nas primeiras questões enviadas.

Esta escolha mostrou-se ser a mais adequada por, num primeiro momento, ser necessário obter o maior número de dados possíveis sobre o conhecimento dos cidadãos portugueses acerca do tema da literacia dos *media* e de projetos já existentes. Além disso, as entrevistas foram conduzidas com fontes privilegiadas dos meios de comunicação social. E por fim, o inquérito por questionário final teve como objetivo aprofundar e apurar dados que pudessem informar acerca do desenho da proposta de modelo de programa.

Quanto ao questionário geral este encontra-se dividido em 7 secções, sendo que, a primeira corresponde à introdução; a segunda aos dados sociodemográficos; a terceira ligada ao conceito de literacia dos *media* e aos projetos existentes sobre o tema; a quarta ao termo cidadãos digitais; a quinta às competências digitais; a sexta secção corresponde à opinião do cidadão sobre a relevância e da realização do projeto. A concretização deste questionário parte da importância de perceber o que os cidadãos sabem a respeito destes conceitos e dos projetos que a eles estão ligados, para daí chegar a uma proposta de modelo de programa.

Já o questionário final nomeado por “Que tipo de modelo/proposta de programa de literacia para os *media* poderá ser mais eficaz para educar os cidadãos?”, foi constituído por 8 secções, sendo que a primeira é a identificação do questionário acompanhada pela questão do consentimento das respostas; a segunda secção refere-se aos dados sociodemográficos; as restantes secções fazem parte da subquestão do questionário “Quais os conteúdos que teria interesse em aprender sobre Literacia dos *Media* nos meios de comunicação social em Portugal?”, sendo que a terceira secção destina-se a perceção do formato que os cidadãos teria interesse em acompanhar, Meios de Comunicação Social: Formato; a quarta, Apresentação e Conteúdo; a quinta, “No que concerne aos assuntos a serem apresentados, quais os temas que teria interesse em aprender?”; a sexta, Duração e espaço a ocupar; a sétima, Mais sugestões

para o projeto piloto, constituída por uma questão onde os cidadãos tiveram oportunidade de deixar sugestões que pudessem não ter sido mencionadas no questionário; e por fim a secção oito destinou-se ao agradecimento pela resposta ao questionário.

3.4. Os inquéritos por questionários e as entrevistas

Como foi referido anteriormente, a primeira ferramenta de análise utilizada foi o questionário (geral) misto, composto por diversas componentes, perguntas quantitativas e qualitativas, de forma, a entender o que o cidadão português conhece acerca da literacia dos *media*, os conceitos envolventes e recolha de sugestões para a realização de uma proposta de programa nesta área.

O inquérito por questionário (ver Apêndice 2) foi construído através da necessidade e processo de reflexão sobre os elementos considerados necessários para a compreensão e realização da proposta intrínseca.

Antes da abertura do questionário, estimava-se no mínimo 200 respostas para análise e, por esse motivo, foi realizado um pré-teste *online* (questionários enviados diretamente) a 10 cidadãos portugueses, escolhidos por conveniência, cidadãos próximos a nível pessoal e profissionalmente da investigadora (nomeadamente, familiares, amigos e colegas de trabalho e de mestrado), o que permitiu conversas diretas acerca do questionário, mas com idades, géneros e escolaridade diferenciada, com o objetivo de saber a opinião dos participantes, validar as questões, e o tempo de preenchimento, com vista a melhorar, consoante as necessidades. Após esta execução, foi possível perceber o tempo certo que o questionário demoraria a responder, e foram realizadas algumas alterações às questões, no que concerne à linguagem, de forma a facilitar a compreensão.

Depois de finalizar o processo de revisão o inquérito por questionário, este foi partilhado com os cidadãos portugueses nas redes sociais já mencionadas (*Instagram, LinkedIn, Facebook, Messenger e Whatsapp*), obtendo 102 respostas, no entanto só foram consideradas 101, como será explicado no capítulo 4.1. Quanto à amostra que respondeu a este inquérito por questionário não é representativa da sociedade portuguesa²⁷, contudo indica que os resultados incidem sobre a perspetiva de uma população mais jovem.

²⁷ Segundo um artigo realizado pela entidade +Liberdade em concordância com a pirâmide etária em Portugal, a população residente encontra-se envelhecida. “Quase 55% tem 45 anos ou mais de idade, sendo que 25% já não está em idade ativa devido à idade avançada (65 anos ou mais de idade). Cerca de 27% tem entre 20 e 44 anos e cerca de 18% tem menos de 20 anos.”

No que diz respeito às entrevistas, os entrevistados foram contactados através de chamadas telefónicas e, posteriormente, por e-mails disponibilizados nos *websites* dos meios de comunicação social. As entrevistas foram realizadas maioritariamente *online*, por e-mail, aos indivíduos indicados de cada um dos meios de comunicação social, com exceção dos profissionais de comunicação social Público e da RTP, as entrevistas concretizaram-se por chamada telefónica, tendo em consideração a disponibilidade dos entrevistados. Por este motivo, na maioria delas, não foi possível gravar nem tirar notas como era o objetivo primário durante as entrevistas.

As questões realizadas versam sobre o próprio conceito da literacia dos *media*, a importância da realização de mais projetos de literacia dos *media*, não só mas também, no próprio meio de comunicação onde se inserem, se consideravam possível extinguir os problemas causados pela desinformação, assim como, qual pensam ser o papel dos jornalistas na promoção desta temática, estes foram alguns dos tópicos centrais que constituíram as entrevistas aos profissionais de comunicação social (Ver Quadro 1).

Quadro 1: Guião da entrevista realizada aos profissionais dos meios de comunicação social
1. Há quanto tempo trabalha neste meio de comunicação social?
2. Quais foram os cargos que executou nesta empresa?
3. Para si o que a literacia dos <i>media</i> ?
4. Conhece ou já participou em algum projeto de literacia dos <i>media</i> ?
5. Em que medida a literacia dos <i>media</i> é uma preocupação permanente e que deveria ser mais esclarecida?
6. Quais as iniciativas ou projetos de intervenção que este meio de comunicação social já realizou ou realiza no âmbito da literacia mediática?
7. Qual pensa ser o trabalho dos jornalistas no âmbito da literacia dos <i>media</i> ?
8. Tendo em conta a sociedade da convergência onde habitamos, como pensa que

poderiam ser diminuídas ou até mesmo extintas as desordens informativas?

9. Qual pensa ser o papel da literacia dos *media* e que papel poderiam ocupar os meios de comunicação social perante este conceito?

10. Sente necessidade de existirem mais projetos nos meios de comunicação social ligados à literacia dos *media*? Porquê?

11. Alguma ideia para pôr em prática em relação à literacia dos *media*?

As entrevistas foram concretizadas no período de janeiro de 2023 a junho de 2024. Posteriormente, foi realizada uma análise de conteúdo do discurso com apoio do *software* de análise qualitativa webQDA e de uma tabela com as respostas (ver Apêndice 1) com o objetivo de comparar e obter os resultados necessários para a proposta de projeto.

No que concerne ao segundo questionário, este realizou-se através da mesma ferramenta que o primeiro, no *Google Forms*, de forma a perceber qual o modelo de proposta de programa têm interesse de ver os cidadãos portugueses, as características, em que meios de comunicação social e os temas. Estimava-se para este questionário no mínimo 100 respostas, uma vez que o tempo de implementação era menor do que o primeiro, e foram obtidas 101 válidas. O período temporal que foi disponibilizado foi de 15 de outubro de 2024 a 5 de novembro de 2024, menos tempo que o primeiro, uma vez que a *timeline* devido à *timeline* de entrega desta dissertação. Foi também disponibilizado nas redes sociais *Facebook*, *Instagram*, *Messenger*, *Linkedin* e *Whatsapp*. A faixa etária neste questionário manteve-se, todavia, foram divididas, de modo a ser mais minucioso.

Através da concretização desta investigação propõe-se a criação de um programa de comunicação, cuja proposta será com base: i) nos resultados da análise dos projetos existentes; ii) nos inquéritos conduzidos; iii) e nas entrevistas a profissionais de *media*, como será possível verificar no capítulo 5.

3.5. Questões éticas do projeto

Para a realização deste trabalho foi tomada uma decisão ética, de modo a não comprometer o projeto de intervenção. O questionário foi respondido de forma anónima,

proporcionando privacidade aos participantes, com o compromisso da investigadora de não utilizar quaisquer dados para identificá-los, a menos que pretendessem participar noutra fase da investigação e anexar ao questionário o seu e-mail.

Capítulo 4: Análise e Discussão de Resultados

Considerando a temática da literacia dos *media* e tendo como objetivo perceber a necessidade da criação de mais projetos em Portugal, a par de desenhar uma proposta de modelo de programa que pudesse responder às expectativas dos cidadãos, foi fundamental entender que projetos já existem em jornalismo. Através da realização da revisão de literatura, no que concerne, aos projetos de literacia dos *media* já implementados, foi possível constatar que a maioria das iniciativas já implementadas estão muito ligadas à educação formal, nomeadamente ao contexto escolar.

Para além da análise teórica, foi necessário averiguar o que os cidadãos sabem acerca deste conceito, assim como, os profissionais dos meios de comunicação social, uma vez que podem ser um aliado no quotidiano, no que concerne, à partilha destes conhecimentos. Assim como qual a proposta/ modelo de programa os cidadãos têm mais interesse para aprender sobre literacia dos *media*.

Neste capítulo serão analisadas as respostas dos cidadãos aos inquéritos por questionário, assim como, a resposta às entrevistas dos profissionais dos meios de comunicação social, considerados metodologicamente como informantes privilegiados, de forma a serem retiradas as conclusões necessárias para fundamentar a necessidade de propor a proposta de programa de literacia dos *media*.

4.1. Literacia dos *media* pelos cidadãos portugueses

Primeiramente serão analisadas as respostas dos cidadãos portugueses ao inquérito por questionário sobre projetos de literacia dos *media* e, depois, as respostas sobre o tipo de formato mais eficaz para a criação de um programa e que serão enunciados durante a análise. No questionário foram obtidas 102 respostas, todavia só serão consideradas 101 para análise, pois a Fonte 65 e a Fonte 66 são o mesmo cidadão²⁸.

²⁸ Esta conclusão foi possível retirar devido às respostas iguais em todas as perguntas e ao e-mail indicado no final do questionário quando perguntado se estariam dispostos a participar noutra fase da investigação, caso fosse necessário.

a) Apresentação dos cidadãos portugueses

De modo, a entender se o questionário cumpria o seu propósito, o primeiro grupo foi destinado aos dados demográficos, onde pode ser concluído que 51 dos cidadãos que responderam ao questionário estavam dentro da faixa etária dos “15 aos 25” anos, 41 cidadãos dos “26 aos 45” anos e 10 dos cidadãos entre “46 aos 65” anos (Ver Gráfico 1).

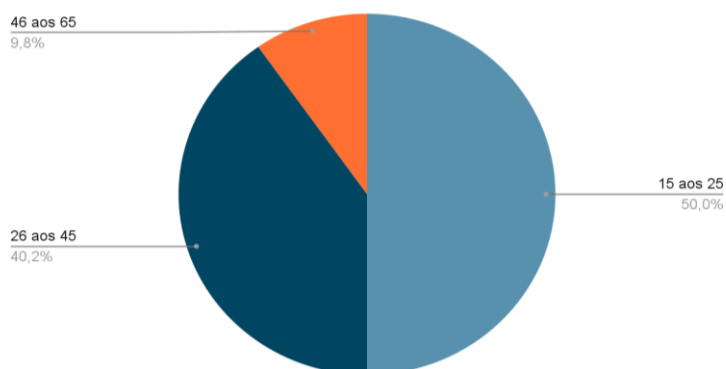


Gráfico 1: Idade dos inquiridos no primeiro questionário

No que concerne ao género dos inquiridos, 21.6% responderam “masculino” e 78.4% “feminino”, ou seja, 22 cidadãos do género masculino e 80 do feminino. Sendo essas as únicas opções selecionadas das disponíveis: “masculino”; “feminino”; “não binário”; “neutro”; “não sei”; “prefiro não revelar” e “outro” (Ver **Gráfico 2**).

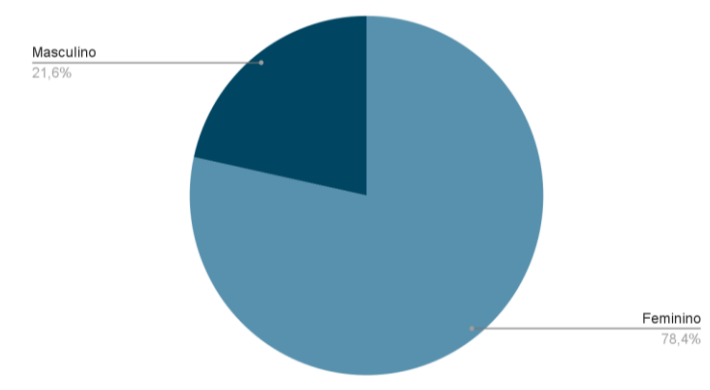


Gráfico 2: Género dos inquiridos no primeiro questionário

Neste seguimento, foi questionado também a escolaridade dos cidadãos, sendo que, 3.9% (4 cidadãos) têm o 3º ciclo, 36,3% (37 cidadãos) o secundário, 40,2% (41 cidadãos) licenciatura: 15,7% (16 cidadãos) mestrado, e 3,9% (4 cidadãos) responderam “outro”,

nomeadamente, “CTESP” (Fonte 24), “12º técnico profissional nível 4” (Fonte 26), “Nível 5 - CET” (Fonte 31), e “Curso de técnico superior de análises laboratoriais” (Fonte 85).

Também foi perguntado a que região pertenciam, sendo que a maioria pertence à Região de Aveiro (42,2%, que corresponde a 43 cidadãos) e seguidamente à Área Metropolitana do Porto (36,3%, ou seja, 37 cidadãos) (Ver **Gráfico 3**). No entanto, também foram encontrados inquiridos do Douro, da Área Metropolitana de Lisboa e do Algarve.

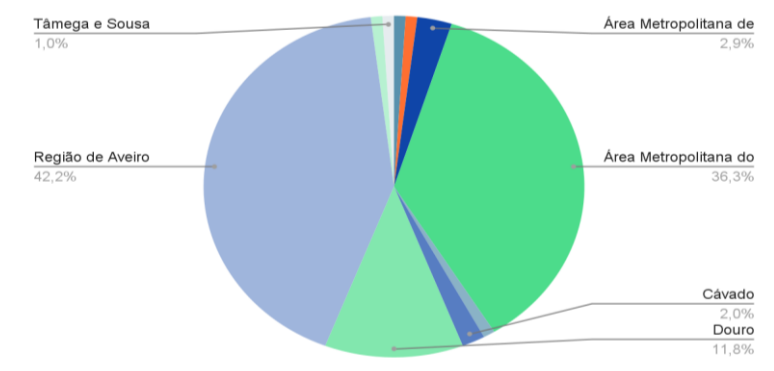


Gráfico 3: Região a que pertencem os inquiridos no primeiro questionário

Foi ainda possível concluir, que a maioria era de Santa Maria da Feira, do Porto e arredores, contemplando também cidadãos de Vilamoura, Viana do Castelo, Vila Nova de Famalicão, Coimbra e Seixal, por exemplo.

Através dos dados obtidos e apresentados até ao momento, é possível concluir que neste questionário não foi encontrada uma grande diversidade geográfica, pois as respostas tiveram incidência a norte de Portugal Continental e não houve respostas das ilhas da Madeira e Açores.

b) Literacia dos *media* - o que significa?

A segunda parte do questionário referiu-se à literacia dos *media* e aos projetos de intervenção já realizados.

A primeira questão tinha como objetivo responder à subquestão 4, questionando aos cidadãos portugueses: “O que é para si literacia dos *media*?”. Constatou-se que a maior parte dos cidadãos que responderam a esta questão não tinha conhecimentos aprofundados para dar uma resposta concreta à pergunta colocada, visto que alguns não sabiam e outros tinham apenas algumas noções do que seria o conceito.

A maioria das respostas foram: “não sei” (Fonte 2, 3, 6, 13, 17, 23, por exemplo). Foram também contempladas respostas como:

- i) “o entendimento das regras e da ética do jornalismo” (Fonte 3)
- ii) “conhecimento e perspectiva crítica sobre os *media*” (Fonte 7)
- iii) “falar sobre situações da sociedade e pessoas” (Fonte 9)
- iv) “a literacia dos *media* é o resultado da Educação para os *Media*, do ensinar e do aprender que prepara os cidadãos para gerirem as suas interações com os *media* e através dos *media*.” (Fonte 35),
- v) “é a educação que devemos ter para saber usar, interpretar e validar corretamente a informação vinda dos *media*. Podemos usar sem ser usados.” (Fonte 10)

Houve também uma resposta de cidadão que demonstrou a sua desconfiança no que toca aos meios de comunicação social, pois confunde-os com a noção de literacia dos *media*: “Não sei, mas sei que os *media* cada vez mais são desonestos e pouco confiáveis e sobretudo manipuladores. Hoje não acredito em tudo o que ouço na comunicação social” (Fonte 26).

Nesta questão não foi possível confirmar nenhuma das hipóteses da subquestão 4 “Os cidadãos portugueses sabem o que significa literacia dos *media*?”, sendo que as respostas obtidas por este inquérito são variadas e não se assemelharam aos significados de literacia dos *media* apresentados na revisão de literatura, como por exemplo, pela União Europeia (2009) que se refere a este conceito como “a capacidade de aceder aos meios de comunicação, de compreender e avaliar de modo crítico os diferentes aspetos dos meios de comunicação e dos conteúdos mediáticos”.

De seguida, foi questionado se o cidadão se considerava informado, no que diz respeito, à cultura geral, sendo que a maioria (65 dos cidadãos) respondeu que “sim”, 20 dos cidadãos responderam “não” e apenas 17 responderam “não sabe/ não responde” (Ver **Gráfico 4**).

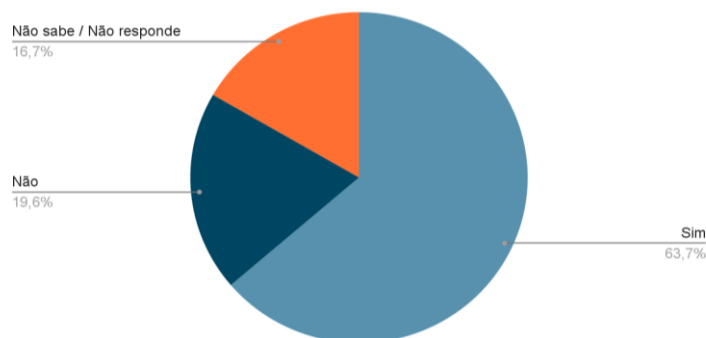


Gráfico 4: Resultados da questão “Considera-se uma pessoa informada no que diz respeito à cultural?”

Tendo por base a interrogação anterior e sendo esta uma questão que poderia ser interpretada de várias formas, no que concerne a cultura geral, foi anexada uma subquestão para quem respondeu, anteriormente, “sim”, a pedir que justificasse, obtendo assim, várias respostas das mais simples às mais complexas, e de forma, a perceber o que tinham interpretado os inquiridos. Por exemplo, a Fonte 4 indicou que mantém relação assídua com os *media*, uma vez que refere: “Porque leio muitas notícias”, enquanto a Fonte 10 referiu: “Porque tenho um bom sentido crítico e procuro regularmente fontes diferentes e visões diferentes das dominantes. Ao saber mais visões sobre os assuntos, posso formar a minha opinião e ser culto e informado”. Por sua vez, a Fonte 27 afirma: “Consigno compreender e opinar em diferentes campos de informação”. Já a Fonte 65 expressa “Tento entender e perceber o que se passa no dia no mundo de trabalho e em convívio com outras pessoas”.

De modo a perceber se os cidadãos portugueses conheciam algum projeto ligado ao conceito de literacia dos *media* foi questionado: “Tem conhecimento de projetos ligados ao conceito de literacia dos *media*?”, sendo que, 13 inquiridos responderam “sim”; 72 “não”; e 17 “não sabe/ não responde” (Ver Gráfico 5).

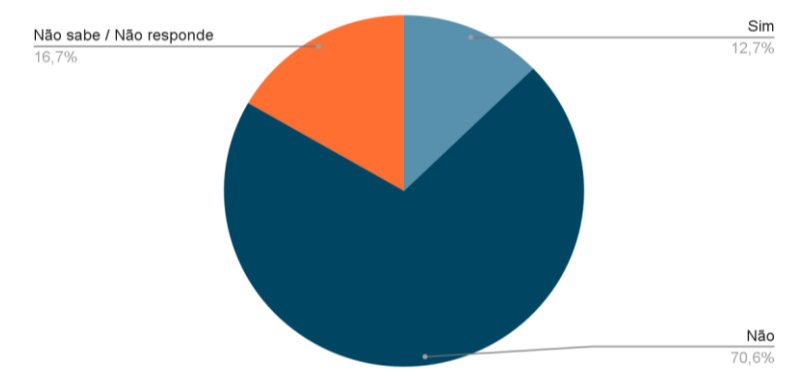


Gráfico 5: Resultados da questão “Tem conhecimento de projetos ligados ao conceito de literacia dos *media*?”

Com o objetivo de perceber se os projetos que os cidadãos tinham conhecimento tinham sido concretizados na sua área de residência, foi questionado isso mesmo a quem respondeu afirmativamente à questão anterior, “Se respondeu “sim” à pergunta anterior, os projetos de literacia dos *media* que conhece foram realizados no concelho em que reside?” Sendo que, 16 inquiridos responderam maioritariamente, “não”, 2 “sim” e 14 “não sabe/ não responde” (Ver Gráfico 6).

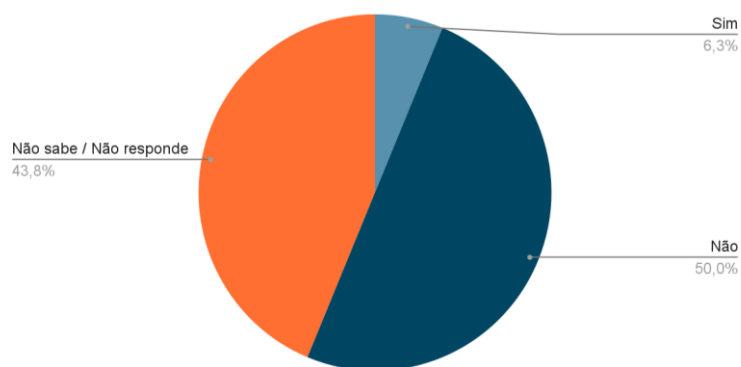


Gráfico 6: Resultados da questão "Se respondeu "sim" à pergunta anterior, os projetos de literacia dos *media* que conhece foram realizados no concelho em que reside?"

De forma a complementar ainda mais as perguntas anteriores foi questionado "Quais", sendo que as respostas foram: "Literacia dos *Media* - RTP Ensina" (Fonte 18), "*Media Lab*" (Fonte 28) e "Ler+" (Fonte 75).

Para facilitar as respostas dos cidadãos, os inquiridos tiveram a opção de selecionar mais do que apenas uma resposta na questão seguinte: "Assinale projetos de literacia dos *media* que tem conhecimento, ou que já ouviu falar sobre?". Os cidadãos assinalaram: *Media Lab* (20); *Media and Information Literacy* (MIL) (5); SMAL - Setembro, Mês da Alfabetização e das Literacias (3); *Trustworthy news and related content for a Unified writing environment - TRUE* (3); SMaRT EU - *Social Media Resilience Toolkit* (4); RTP Ensina - Educação para os *Media* (35); Ler+ (65); RadioActive (12); DiCi- Educa (6); Vozes de Gaia (14); bYou (4); Associação Literacia para os *Media* e Jornalismo (7); Público na Escola - Educação para os *media* (12); *Media Veritas* (3); Grupo Informal sobre Literacia Mediática (GILM) (2); Referencial de Educação para os *Media* (4); Outro (1); e Não tenho conhecimento de nenhum (20) (Ver **Gráfico 7**).

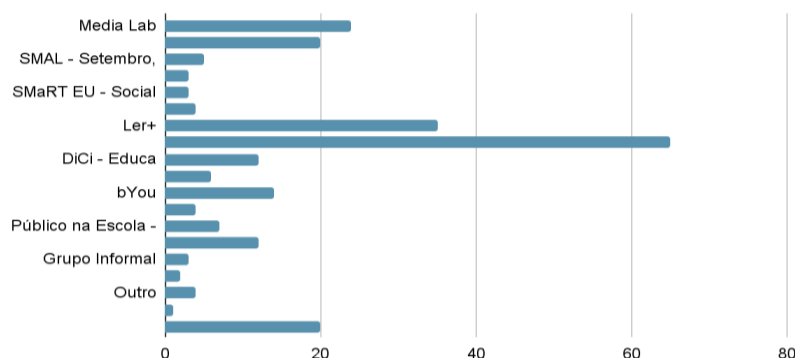


Gráfico 7: Resultados da questão "Assinale projetos de literacia dos *media* que tem conhecimento, ou que já ouviu falar sobre?"

A fim de dar resposta à subquestão 7, foi também perguntado acerca da participação dos cidadãos portugueses em projetos de literacia dos *media*, onde os cidadãos responderam, maioritariamente, que nunca participaram em nenhum dos projetos referidos na pergunta anterior (94 respostas “não” e 8 respostas “sim”) (Ver **Gráfico 8**). Nesta questão, foi também possível para os cidadãos responderem mais do que uma resposta, caso tivessem participado em mais do que apenas em uma iniciativa.

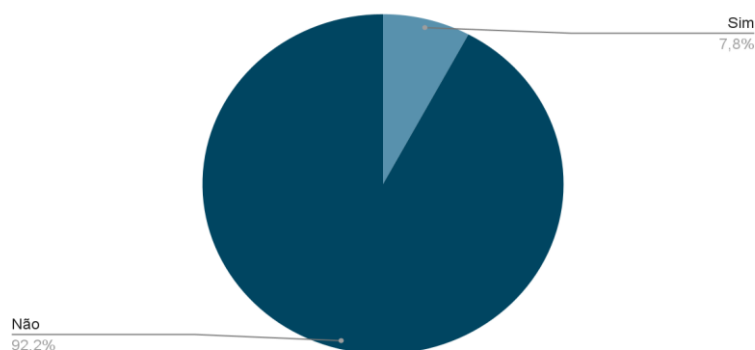


Gráfico 8: Resultados da questão “Já participou em algum projeto de literacia dos *media*?”

De forma a perceber quais os projetos que os cidadãos tinham participado em concreto, foi também questionado de seguida, quais foram essas iniciativas. Questão à qual os inquiridos responderam: 5 participações no Ler+, 2 participações no *Media Lab*, 1 participação no Smart-EU e 1 no GILM. Através das respostas recebidas é possível concluir que se confirma a hipótese que “os cidadãos portugueses conhecem algum/alguns projetos de literacia dos *media*, mas nunca participaram em nenhum”, na sua maioria.

Através da análise, em revisão de literatura, dos projetos já implementados acerca da temática em estudo e das respostas fornecidas pelos cidadãos acerca dos seus conhecimentos sobre as iniciativas de literacia dos *media* é possível constata que, por exemplo, o desenvolvimento de redações nos diversos ambientes escolares (uma das iniciativas mais desenvolvidas) são projetos que não podem ser transpostas para apresentar nos meios de comunicação social, ou seja, quando questionado na subquestão 10, acerca da implementação dos processos já existentes nos meios de comunicação social a hipótese que se confirma é a de “criar conteúdos diferentes para cada um dos meios de comunicação social, uma vez que se deve ter em conta as especificidades de cada um deles”. Ou seja, a maioria dos projetos implementados em estudo, são iniciativas desenvolvidas na sua maioria dirigidas ao contexto escolar que se tornam impossível, dentro das suas especificidades de ser transferidas para os meios de comunicação social.

c) Cidadãos digitais - quem são?

Tendo como princípio de que o destino final desta proposta de projeto de implementação é destinada aos cidadãos portugueses, o terceiro grupo do questionário destinou-se aos mesmos. Para este efeito perguntou-se: “Considera-se uma pessoa que exerce uma cidadania responsável, no que diz respeito à informação e partilha de informação? (Seja de que forma for, a título de exemplo, através da internet)”. Neste grupo, 85 cidadãos responderam que “sim”, 7 que “não” e os restantes 10 responderam “não sabe/não responde” (Ver **Gráfico 9**).

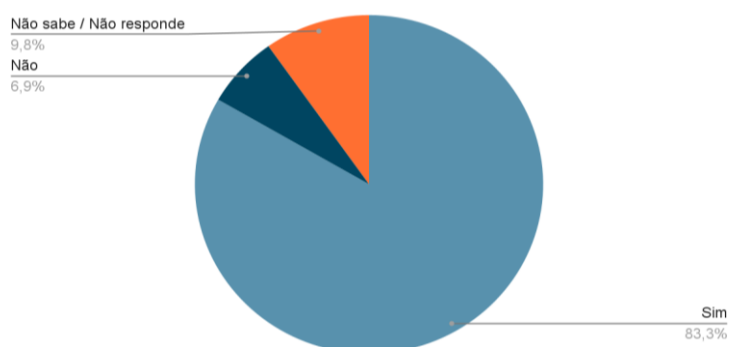


Gráfico 9: Resultados da questão “Considera-se uma pessoa que exerce uma cidadania responsável, no que diz respeito à informação e partilha de informação?”

De seguida, foi questionado através da escolha de várias opções de resposta: “Que cuidados tem, habitualmente, no que diz respeito à informação e à partilha de informação?”, onde 68 cidadãos responderam: “verifico a autoria dos conteúdos”; 73 deram como resposta: “verifico se a informação provém de um órgão de comunicação social fidedigno”; 50 responderam: “verifico a data”; 5 escolheram: “nenhuma das anteriores”; e 2: “outro” (Ver **Gráfico 10**).

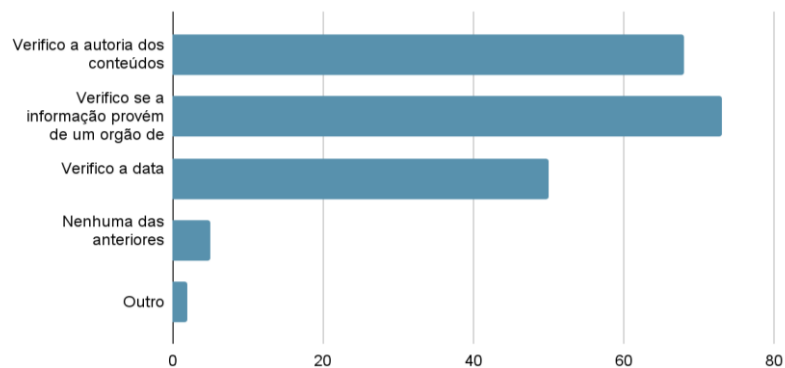


Gráfico 10: Resultados da questão “Que cuidados tem, habitualmente, no que diz respeito à informação e à partilha de informação?”

As duas pessoas que responderam “outro” tiveram oportunidade na pergunta seguinte de mencionar que outros cuidados para além dos referidos tinham, como: “Tenho o cuidado de não partilhar certas coisas nas redes sociais sem antes fazer uma breve pesquisa” (Fonte 54) e “Notícias” (Fonte 84).

Os inquiridos foram também questionados através de opções sobre “o que é para si a cidadania digital?”, e responderam (Ver **Gráfico 11**):

i) 11 responderam: “Uma pessoa que domina as competências da cultura democrática, de modo a ser capaz de se envolver de forma competente e positiva com as tecnologias digitais em evolução /mais atuais”;

ii) 8: “Participar ativa, contínua e responsabilmente em atividades sociais e cívicas”;

iii) 7: "Estar envolvido num processo de aprendizagem ao longo da vida (em contextos formais, informais e não formais) estar empenhado na defesa contínua dos direitos humanos e da dignidade”;

iv) 35 “A cidadania consiste na utilização responsável e ética da tecnologia, respeitando os demais cidadãos e preservando os direitos e deveres”;

v) 37 “Todas as opções”;

vi) e, por fim, 4 “Não sabe / Não responde”.

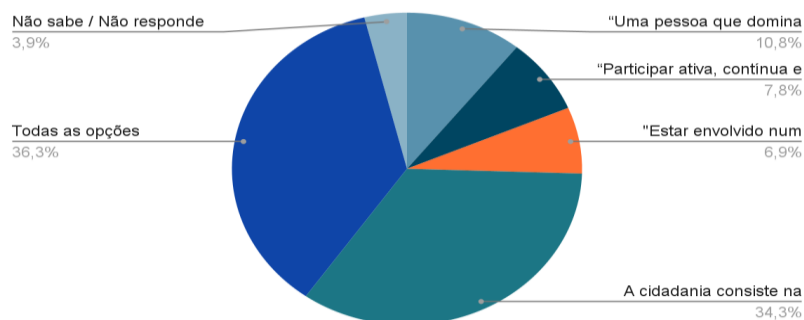


Gráfico 11: Resultados da questão “O que é para si a cidadania digital?”

Seguidamente, os cidadãos portugueses foram desafiados a redigir a sua própria definição de cidadania digital, onde as respostas variaram entre:

- i) “Não divulgar algo que vá prejudicar ou enganar os restantes” (Fonte 1);
- ii) “Utilização da tecnologia de forma responsável e ética, respeitando os cidadãos e preservando direitos e deveres” (Fonte 11);
- iii) “cidadania digital consiste na utilização da tecnologia de forma responsável, interagindo de forma ética, independentemente do mundo respeitando sempre os conhecimentos dos outros” (Fonte 32);
- iv) “cidadania consiste na utilização responsável e ética da tecnologia, respeitando os demais cidadãos e preservando os direitos e deveres” (Fonte 33);
- v) “utilização responsável da tecnologia” (Fonte 35);
- vi) (diversas respostas): “Não sei” (Fonte 43, 52, entre outras);
- vii) “responsabilidade no que partilhamos e entendimento e interesse sobre o assunto” (Fonte 72);
- viii) “Tal como devemos saber interpretar a informação e divulgá-la de forma responsável por qualquer meio de transmissão, seja ele digital ou não, as tecnologias de hoje em dia potenciam a disseminação de desinformação. É dever de cada um ser responsável na partilha de informação, pois os canais que hoje temos à disposição podem tornar-se verdadeiras armas sem nos apercebermos” (Fonte 83).

A Direção-Geral de Educação refere que a cidadania se traduz “numa atitude e num comportamento, num modo de estar em sociedade que tem como referência os direitos humanos, nomeadamente os valores da igualdade, da democracia e da justiça social” (DGE, 2012, p. 1). Nesse sentido, a partir das respostas dadas pelos inquiridos acerca do que significa a cidadania digital, constata-se que nem todos se encontram cientes do que significa o conceito, já que se distanciam dessa enunciação.

De seguida foi realizada de uma questão com o objetivo de perceber se os inquiridos se consideravam cidadãos digitais: “Um cidadão digital domina um conjunto de competências digitais específicas que lhe permitem aceder, utilizar e partilhar informação de forma responsável e esclarecida. Considera-se um cidadão/ cidadã digital?”. Questão à qual 82 dos cidadãos responderam que “sim”, 14 “não” e os restantes 6 “não sabe/ não responde” (Ver **Gráfico 12**).

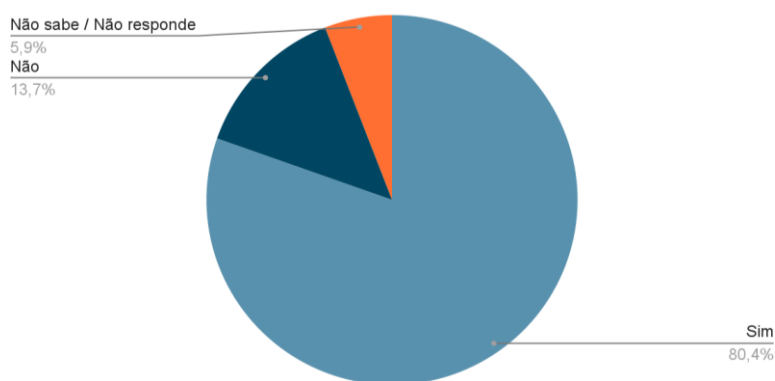


Gráfico 12: Resultados da questão “Considera-se um cidadão/ cidadã digital?”

Para finalizar a secção da cidadania digital foi pedido aos inquiridos para assinalar as competências que consideravam possuir, sendo que os resultados obtidos foram: comunicação na língua materna (88); comunicação em línguas estrangeiras (49), competência em matemática e competências básicas em ciências e tecnologia (35), competências digitais (69), aprender a aprender (67), competências sociais e cívicas (70), espírito de iniciativa e empreendedorismo (44), sensibilidade e expressão culturais (51), e não sabe/ não responde (7) (Ver **Gráfico 13**).

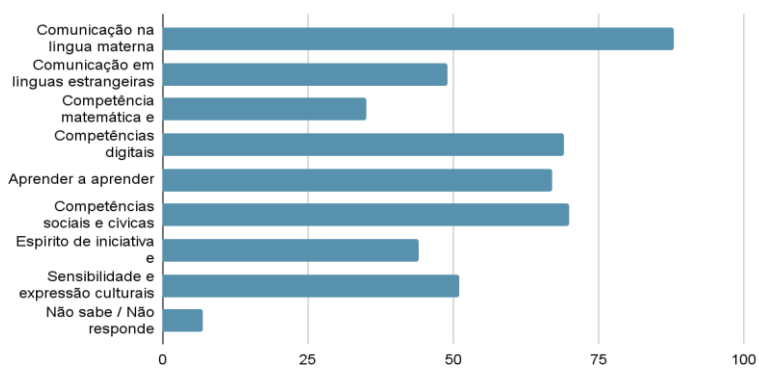


Gráfico 13: Competências que os inquiridos consideram ter

Através deste grupo de questões referentes à cidadania digital é possível dar resposta à 6ª subquestão: “Será que os cidadãos portugueses aplicam uma cidadania digital responsável?”. Concluindo-se que a hipótese que se confirma é: “sim, porque os cidadãos portugueses antes de partilhar uma notícia ou uma informação, confirmam a fonte e a sua data”, na sua grande maioria, assim como foi possível comprovar em teoria através das respostas analisadas.

d) Competências digitais e desinformação - Considera que tem as competências digitais necessárias para ser um cidadão responsável?

De modo a responder à subquestão 5: “Terão os cidadãos portugueses competências para distinguir entre informações falsas e notícias?”, foi realizada esta secção no questionário, para perceber se os inquiridos sabem a diferença entre as notícias e as informações falsas.

A primeira questão foi “Considera que uma informação na *internet* e uma notícia são o mesmo?”, à qual 31 respostas foram “sim”, 63 “não” e 8 “não sabe/ não responde” (Ver **Gráfico 14**).

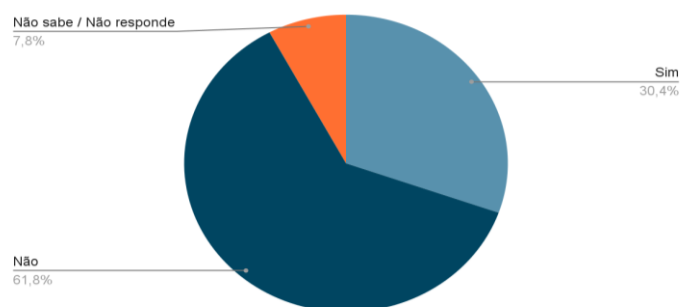


Gráfico 14: Resultados da questão: “Considera que uma informação na *internet* e uma notícia são o mesmo?”

De forma a entender se os inquiridos sabem como referiram, maioritariamente, na resposta anterior a diferença entre uma notícia e uma informação, foi questionado aos cidadãos portugueses que responderam “não” o porquê de o terem feito, obtendo assim, as seguintes variadas respostas:

- i) “Porque nem tudo que está na *internet* é verdade.” (Fonte 6);
- ii) “Porque muitas vezes o que está na *Internet* nem sempre é investigado a fundo e muitas vezes a fonte de informação não é fidedigna.” (Fonte 23);
- iii) “Depende de quem publica a notícia ou a publicação da *internet*.” (Fonte 40);

iv) “Informação pode ser reproduzida por qualquer pessoa. Notícia, para mim, apenas é produzida por um órgão de comunicação social.” (Fonte 61);

v) “A notícia é um formato de divulgar um acontecimento por meio jornalístico, enquanto informação é o ato de querer informar alguma coisa! Ou seja, a informação não tem de ser necessariamente uma notícia” (Fonte 67);

vi) “Porque uma notícia é feita por jornalistas.” (Fonte 82);

vii) “Pode haver *fake news*” (Fonte 100);

viii) “A informação em suporte físico deve sempre ser mais fidedigna do que a informação digital por não haver a possibilidade de qualquer pessoa (que seja capaz obviamente) mude a informação como pode acontecer na internet. A Wikipédia é um exemplo disto.” (Fonte 102); entre outras.

No geral, é possível concluir, com base nas respostas dos cidadãos, que na teoria, conseguem entender que nem todas as informações apresentadas na *internet* são notícias por vários fatores dos quais foram enumerando.

Existem vários autores com definições para o termo *fake news*, nomeadamente, i) “informação criada com a intenção de parecer credível quando, na verdade, não o é” (Barclay, 2018, p 30); ii) “notícias falsas que são embaladas e publicadas como se fossem genuínas” (DiFranzo & Gloria-Garcia, 2017, p. 34); iii) “informação que não é verdadeira, mas disfarçada de notícias supostamente verdadeiras” (Lim, 2023); iv) “informações falsas ou enganosas feitas para parecer uma notícia baseada em factos” (Nelson & Taneja, 2018, p. 3721); v) e, ainda, “informação falsa publicada por órgãos de comunicação social para induzir os consumidores em erro” (Karami et al., 2021, p. 225).

Segundo Egelhofer e Lecheler (2019), existem três características-chave associadas à informação falsa. Em primeiro lugar, a sua constituição não é inteiramente fictícia; em vez disso, contém elementos verídicos misturados com falsidades. Em segundo lugar, estas informações são frequentemente apresentadas imitando o formato jornalístico, o que lhes confere aparência de legitimidade. Por fim, a sua divulgação ocorre sob um falso pretexto, muitas vezes recorrendo a estratégias que simulam o trabalho de investigação jornalística. Embora os autores definam as *fake news* como um “género de notícias”, essa classificação contribui para que os cidadãos confundam informações falsas com notícias produzidas por jornalistas. No entanto, as *fake news* não constituem um género jornalístico, existindo apenas com o objetivo de deturpar a verdade e manipular a perceção pública.

Posto isto, aproveitando a utilização da expressão *fake news*, cuja menção por parte dos cidadãos não surpreende, uma vez que o termo é usado a nível global, foi realizada a seguinte questão: “Entende o que são notícias falsificadas?”, à qual 90 dos cidadãos que participaram neste questionário responderam que “sim”, 7 “não” e 5 “não sabe/ não responde” (Ver **Gráfico 15**).

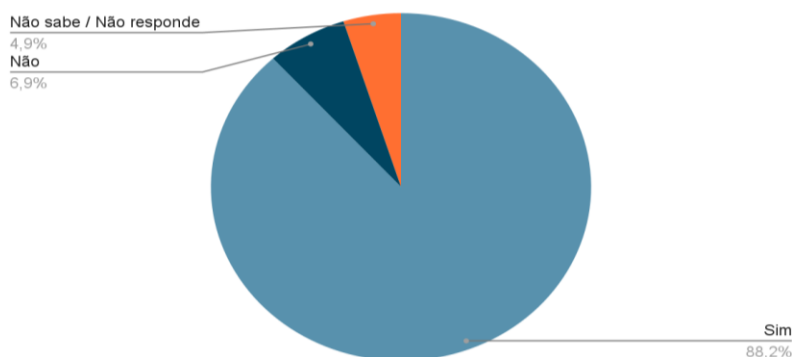


Gráfico 15: Resultados da questão: “Entende o que são notícias falsificadas?”

A pergunta realizada seguidamente, focou-se na descodificação da informação falsificada: “Se tivesse “em mãos” uma informação, uma fotografia, ou um vídeo falsificado saberia através de que meios comprová-lo?”. Nesta resposta, os cidadãos dividiram-se, apesar de a maioria não saber como comprovar a veracidade de uma informação: 33 responderam que “sim”, 45 “não” e 24 “não sabe/ não responde” (Ver **Gráfico 16**).

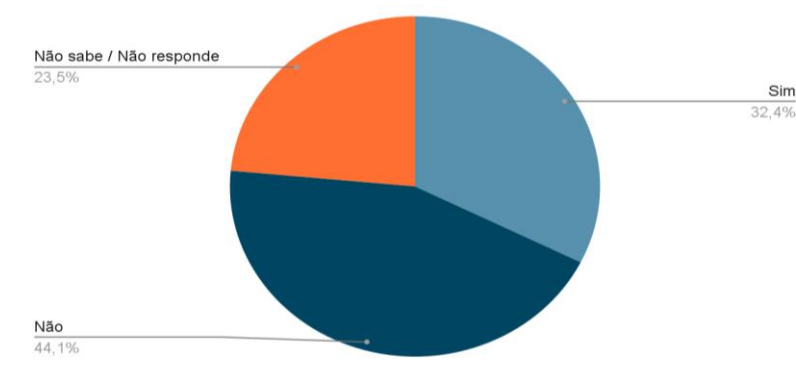


Gráfico 16: Resultados da questão: “Se tivesse “em mãos” uma informação, uma fotografia, ou um vídeo falsificado saberia através de que meios comprová-lo?”

Por meio deste capítulo e, nomeadamente, desta questão é possível concluir que os cidadãos ainda se encontram divididos no que concerne ao saber distinguir o que é uma informação de uma notícia, ou seja, nenhuma das hipóteses colocadas primariamente se

encontra correta, uma vez que, não sabem decodificar uma informação de forma a perceber se é falsa ou verdadeira.

Através das respostas à interrogação: “Que ferramentas e estratégias poderia utilizar para comprovar se uma informação, uma fotografia, ou um vídeo são verdadeiros ou falsificados?”, é impossível entender se realmente os cidadãos que responderam que “sim”, anteriormente, sabem que ferramentas utilizar. Posto isto, uma vez que as respostas foram em maioria “Não sei”, é possível inferir que os cidadãos não se encontram preparados para a realização de uma cidadania digital segura.

No entanto, houve também inquiridos com noções de como descobrir a verdade, nomeadamente com respostas como:

- i) “Pesquisa sobre a informação, programas de verificação de factos.” (Fonte 3);
- ii) “Data, fonte e tipo de informação divulgada.” (Fonte 7);
- iii) “Procurar pela fonte/autoria da mesma, veracidade dos factos.” (Fonte 18);
- iv) “Google imagens” (Fonte 28);
- v) “O website de onde provém a informação.” (Fonte 44);
- vi) “Com Photoshop.” (Fonte 65);

vii) “Podemos verificar através do órgão de comunicação ou do autor, as fontes, em relação às imagens, ver se as mesmas já foram utilizadas anteriormente e verificar o próprio conteúdo, ver os factos” (Fonte 67); entre outras.

e) A opinião do cidadão é importante

O último grupo que integra o inquérito por questionário é direccionado para opinião dos cidadãos portugueses e contributos para a proposta de programas pilotos para os meios de comunicação social.

A primeira questão realizada foi: “Considera que as práticas jornalísticas dos meios de comunicação social promovem o conceito de literacia dos *media*?”, à qual 57 dos inquiridos responderam “sim”, 28 “não” e 17 “não sabe/ não responde” (Ver **Gráfico 17**).

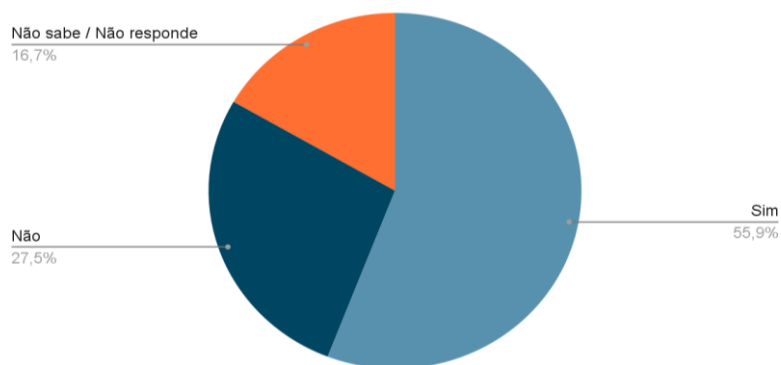


Gráfico 17: Resultados da questão: "Considera que as práticas jornalísticas dos meios de comunicação social promovem o conceito de literacia dos *media*?"

De modo a responder à 8ª hipótese colocada na génese deste trabalho e perceber a necessidade de mais projetos de literacia dos *media*, foi interrogado o seguinte: "Acha importante serem realizados mais projetos ligados à literacia dos *media*?". A maioria dos cidadãos portugueses respondeu a esta pergunta de forma positiva, dado que, 55 disse "sim", 9 "não" e 38 "não sabe/ não responde" (Ver **Gráfico 18**).

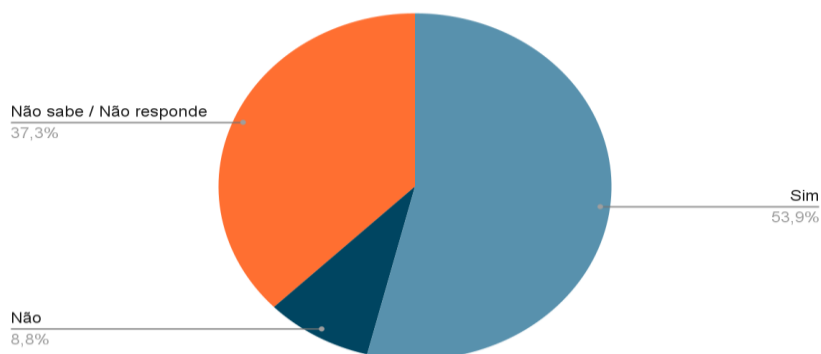


Gráfico 18: Resultados da questão: "Acha importante serem realizados mais projetos ligados à literacia dos *media*?"

Com o objetivo de sustentar da melhor forma a importância da existência de mais projetos de literacia dos *media* foi questionado a quem respondeu positivamente o seguinte: "Se respondeu sim, indique porquê". Em função desta pergunta, algumas das respostas dos inquiridos foram:

- i) "Para cada vez mais haver uma utilização responsável da internet." (Fonte 5);
- ii) "Promover o pensamento crítico e a cidadania em contextos digitais." (Fonte 7);
- iii) "Hoje em dia, são várias as notícias falsas que circulam na internet. É necessário educar os mais jovens em como usar a internet de forma responsável e cuidada." (Fonte 18);

iv) “Porque cada vez mais é necessário haver uma prática cuidada e responsável dos *media*.” (Fonte 28);

v) “Existe muita desinformação de fontes aparentemente fidedignas.” (Fonte 29);

vi) “Porque há muito gente desinformada a transmitir e a acreditar em falsa informação formando opiniões que não são corretas ou verdadeiras.” (Fonte 37);

vii) “É necessário manter os cidadãos informados, evitando que sejam alvo das ditas *fake news* e a terem uma confiança com os próprios *media*.” (Fonte 64);

viii) “Iria promover o pensamento crítico, prevenir a desinformação e destacar a importância da literacia mediática no dia a dia.” (Fonte 74);

ix) “Existe ainda uma grande lacuna na sociedade nessa vertente. Por isso, é necessário projetos que os ajudem e eduquem.” (Fonte 92);

Entre outras respostas dadas, o que confirma a hipótese colocada “sim, de forma a serem mais conscientes digitalmente, como por exemplo, entendendo como perceber a diferença entre uma notícia e uma informação que pode ser falsificada”.

Com o objetivo de entender quais os meios mais viáveis para a implementação do projeto proposto, foi questionado, também: “Em que meios acham que deveriam ser implementados os projetos?”. Esta pergunta foi composta por cinco opções das quais os cidadãos poderiam selecionar mais que uma resposta, tendo em consideração o que pensavam ser mais apropriado: 89 “televisão”; 54 “rádio”; 51 “jornais”; 89 “redes sociais”; e 5 “não sabe/não responde” (Ver **Gráfico 19**).

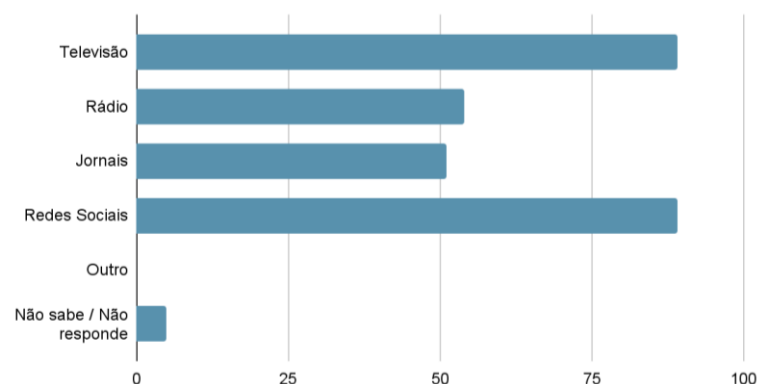


Gráfico 19: Resultados da questão: “Em que meios acham que deveriam ser implementados os projetos?”

Seguidamente foi questionado: “Que temas considera que seriam importantes explorar num projeto de Literacia dos *media* implementado nos meios de comunicação (televisão, rádio,

jornal e *online*)?”. O objetivo foi perceber quais seriam os temas que os cidadãos portugueses teriam mais interesse no que concerne ao conceito de literacia dos *media*. Para delimitar as respostas e não haver divagação por parte dos inquiridos foram dadas nove opções para assinalar quais seriam os temas de maior interesse. Nesta questão foi possibilitado aos cidadãos assinalarem mais do que uma resposta:

- i) 67 dos cidadãos responderam “Como aceder de forma responsável aos meios de comunicação”;
- ii) 75 assinalaram “Como utilizar os meios de comunicação de forma responsável”;
- iii) 81 “Como detetar informações falsas”;
- iv) 44 “Como utilizar os meios de comunicação para exercer a cidadania”;
- v) 48 “Como aprender através dos meios de comunicação”;
- vi) 82 “Como verificar a veracidade de uma informação”;
- vii) 64 “Como responsabilizar os meios e os autores pela informação falsa disseminada”;
- viii) 1 “Outro”;
- ix) por fim 5 “Não sabe/ não responde” (Ver **Gráfico 20**).

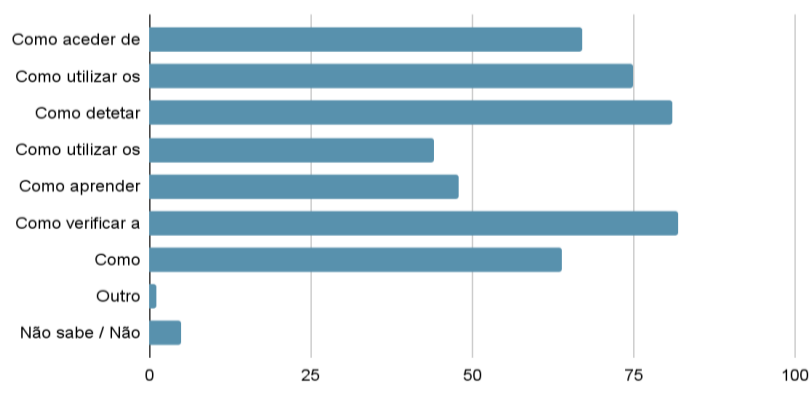


Gráfico 20: Resultados da questão: “Que temas considera que seriam importantes explorar num projeto de Literacia dos *media* implementado nos meios de comunicação (televisão, rádio, jornal e *online*)?”

Na eventualidade de algum dos inquiridos ter mais algum contributo a fornecer, foi realizada a seguinte questão como complemento, para quem respondeu anteriormente “outro”, pudesse especificar. A resposta obtida foi “Igualdade de género e prevenção da violência” (Fonte 7), um assunto que se encontra sempre na ordem do dia, mas que para o projeto não tem relevância.

Para ver qual seriam os temas mais indicados e que lugar deveriam preencher os programas a propor neste projeto para os meios de comunicação social, foram desenvolvidas as três seguintes perguntas direcionando para a imprensa, a rádio, a televisão e para os nativos digitais, sendo que não existiu nenhuma questão direcionada para estes, uma vez que nesta fase da investigação foi considerado que os conteúdos propostos para os outros *media* podem todos ser usados no *online*.

No que diz respeito à imprensa foi realizada a seguinte questão com base numa proposta de forma de apresentação do conceito neste meio de comunicação social: “Tendo por base infografias já criadas no âmbito da literacia dos *media*, o que considera que seria relevante acrescentar? E qual o espaço que deveria preencher?”. À qual na sua maioria, os cidadãos deram como resposta “Não sei” (nomeadamente, Fonte 1, 2, 4, 5, 6, 9, 11, entre muitas outras). Já os demais inquiridos deram respostas constituídas por contributos para a realização da proposta deste projeto como:

- i) “Como validar a fonte? Existem fontes neutras?” (Fonte 10);
- ii) “Simplificar a informação” (Fonte 37);
- iii) “Infelizmente os meios sociais estão mais preocupados com audiências e vendas do que com a veracidade das informações. Devíamos dotar as pessoas de ferramentas para poderem tirar as suas conclusões.” (Fonte 54);
- iv) “Consequências de difundir informação falsa” (Fonte 61);
- v) “Uma espécie de “semáforo” como o usado no Polígrafo da SIC. Ocupando espaço de destaque por ser uma forma rápida de os cidadãos perceberem a veracidade por detrás de uma informação” (Fonte 64);
- vi) “Como verificar a veracidade da informação” (Fonte 67).

Relativamente ao meio televisivo foi também feita a questão, “No caso de pequenos vídeos que poderiam ser passados em televisão, que tipo de conteúdo gostaria de ver a explicar a desinformação? E qual a duração que deveria ter?”. Nesta questão os inquiridos mencionaram temas diversificados inseridos no conceito de literacia dos *media*, nomeadamente:

- i) “o conteúdo é a cidadania digital” (Fonte 2);
- ii) “vídeos curtos sobre a desinformação e a cordialidade” (Fonte 3);
- iii) “como validar a fonte? Existem fontes neutras?” (Fonte 10);
- iv) “como saber quais são as notícias falsas” (Fonte 11);
- v) “curtos e baseados em exemplos práticos” (Fonte 12);

vi) “vídeos curtos e simples, desmistificando algumas informações que muitos consideram credíveis, com exemplos, mas sem teorias da conspiração” (Fonte 37);

vii) “vídeos que se podem concentrar em conceitos chave relacionados à desinformação, como identificar fontes confiáveis, verificar fatos e reconhecer técnicas comuns de manipulação da informação. Eles devem ser concisos e ter uma abordagem direta para transmitir informações essenciais ao público que cada vez se torna mais desatento a vídeos de longa duração.” (Fonte 98);

viii) “exemplos de casos em que a desinformação gerou confusão.” (Fonte 101);

ix) “pensando na população mais envelhecida de Portugal, deveria ser um vídeo de como digerir toda a informação que recebemos hoje em dia, breve e conciso” (Fonte 102).

Quanto à duração dos vídeos, referiram que deveriam ser breves em geral entre 15 segundos a 1 minuto, “algo rápido mas que captasse atenção” (Fonte 1), ou seja, “devem ser concisos e ter uma abordagem direta para transmitir informações essenciais ao público que cada vez se torna mais desatento a vídeos de longa duração” (Fonte 98).

E por fim, no que se refere à rádio também foi questionado, de modo, a entender o que os cidadãos consideram mais indicado para cada um dos meios “No caso de um podcast, que assuntos gostaria que fossem abordados tendo em consideração o assunto literacia dos *media*? E qual a duração que deveria ter?”. Nesta questão alguns dos inquiridos divagaram nas suas respostas referindo o que gostavam de ouvir e não sugestões para a proposta de projeto em questão. Todavia, houve respostas que puderam ser consideradas, especificamente:

i) “Explicar como se deve navegar em redes sociais” (Fonte 1);

ii) “O assunto é a cidadania digital e a duração é pequena.” (Fonte 4);

iii) falar sobre a desinformação e os cuidados a ter” (Fonte 9);

iv) “Como validar a fonte? Existem fontes neutras?” (Fonte 10);

v) “Informação sobre como bloquear informações falsas” (Fonte 11);

vi) “Utilizar os *media* de forma responsável. Detecção de *fake news*. No máximo 10mins” (Fonte 18);

vii) “As notícias falsas e como identificá-las. No caso de podcast, penso que 30/45 min seria o ideal.” (Fonte 22);

viii) “Deveriam explicar como uma pessoa deteta se uma foto e vídeo falsos. A duração deveria aproximadamente 30 a 40 min.” (Fonte 24);

ix) “Como prevenir a propagação de fake News.” (Fonte 47).

No que diz respeito à duração as respostas variaram muito desde 2 minutos a 30 minutos, tendo outras respostas com mais e menos tempo também, no entanto no geral referiam “duração é pequena”.

Quando questionados se teriam interesse em participar numa outra fase do projeto, 72 cidadãos dos 101 que responderam ao questionário disseram “Sim, considero que o meu contributo será importante”, sendo que só 23 cidadãos deixaram o e-mail para um possível contacto, caso o projeto tivesse necessidade de um contacto mais direto com os participantes.

4.2. Literacia dos *media* pelos Profissionais de comunicação nos órgãos de comunicação social em Portugal

As entrevistas conduzidas aos profissionais dos meios de comunicação social como o diretor Adjunto da RFM, diretora de informação do Porto Canal, jornalista da secção de áudio do jornal Público, diretora do Jornal de Notícias, editora geral do Notícias ao Minuto, da direção de informação da Rádio Comercial e o diretor da RDP Internacional e responsável pelo Ensina RTP da RTP deram pistas sobre como a literacia dos *media* é olhada no jornalismo. A faixa etária que integram os entrevistados é dos 26 aos 65 anos.

É de salientar e acrescentar que os entrevistados falaram nestas entrevistas por si próprios e não pelos meios de comunicação social onde exercem funções.

Os profissionais entrevistados serão doravante identificados como: Fonte A (Entrevistado do Jornal de Notícias), Fonte B (Entrevistado do Notícias ao Minuto), Fonte C (Entrevistado da Rádio Comercial), Fonte D (Entrevistado da RFM), Fonte E (Entrevistado do Público), Fonte F (Entrevistado do Porto Canal) e Fonte G (Entrevistado da RTP).

A entrevista aos profissionais dos meios de comunicação social iniciou-se por uma breve apresentação, de forma a perceber que função desempenham na instituição, para análise interna. As entrevistas são caracterizadas, como sendo semiestruturadas, sendo que foram realizadas via chamada telefónica e por e-mail (apesar de cinco delas terem sido por este meio, os profissionais dos meios de comunicação social disponibilizaram-se para responderem a mais questões que fossem necessárias para completar a entrevista, o que permitiu mais detalhes em algumas das respostas). Estas entrevistas tiveram em consideração a disponibilidade dos entrevistados.

Foi questionado aos entrevistados “Para si o que é a literacia dos *media*?”, de modo a responder à terceira subquestão desta investigação, “Em que medida sabem os profissionais explicar o conceito de literacia dos *media*?”, comprovando assim que a hipótese se encontra confirmada. Com efeito, obteve-se as seguintes respostas sobre o que é a Literacia dos *Media*:

- *O conjunto de ações e recursos que ajudem os cidadãos a compreender os media e sobretudo a relacionar-se com eles, aprendendo a reconhecer e valorizar sites credíveis e a selecionar as suas próprias fontes de informação.* (Fonte A - Entrevistado do Jornal de Notícias)
- *A Literacia dos media prende-se com o grau de conhecimento, compreensão e preparação dos cidadãos para se relacionarem com os órgãos de comunicação social. No fundo, trata-se de um conjunto de competências que permitem fazer uso dos meios de comunicação social com uma lupa crítica.* (Fonte B - Entrevistado do Notícias ao Minuto)
- *A capacidade de aceder e utilizar os meios de comunicação social com espírito crítico e seguro.* (Fonte C - Entrevistado da Rádio Comercial)
- *A forma como os cidadãos comuns conseguem interagir com os meios de comunicação.* (Fonte D - Entrevistado da RFM)
- *Literacia dos media é quando nós media conseguimos, aliás quando as pessoas conseguem interpretar bem o que estão a consumir a partir dos media, ou seja, quando percebem claramente o que que é um órgão de comunicação social, o que que não é um órgão de comunicação social, que tipo de conteúdos tem um órgão de comunicação social, sabem distinguir entre textos de opinião e notícias e portanto, ter a literacia dos media é ter o conhecimento necessário para conseguir entender este mundo dos media. Acho que é para mim, é nessa esfera que vejo as coisas.* (Fonte E - Entrevistado do Público)
- *É a capacidade que os cidadãos têm para lidar com os media, ou seja, a informação que dispõe sobre a comunicação social e o espírito crítico que desenvolvem nas mensagens veiculadas pelos meios.* (Fonte F - Entrevistado do Porto Canal)
- *A Literacia dos Media é a descodificação do discurso midiático todo. Uma resposta sumária seria esta, mas depois como é que esta descodificação se faz já é tema para conversa bastante mais larga. Portante é permitir às pessoas perceberem como é que devem utilizar os media, ou seja, desde as condições de*

produção até à descodificação do discurso até à narrativa até ao storytelling se as pessoas perceberem tudo isto terão um conhecimento melhor do que é o discurso dos media. (Fonte G - Entrevistado da RTP)

Assim, constata-se que a resposta de profissionais de comunicação está alinhada com a definição de literacia dos *media*, tal como é considerada pela Comunicação da Comissão ao Parlamento Europeu sendo “a capacidade de aceder aos *media*, de compreender e avaliar de modo crítico os diferentes aspetos dos *media* e dos seus conteúdos e de criar comunicações em diversos contextos” (Lopes, 2011, p.13).

Também foi questionado aos entrevistados, “Em que medida a literacia dos *media* é uma preocupação permanente e que deveria ser mais esclarecida?”. Pergunta à qual as respostas unânimes, na medida em que referiram que é um assunto que deveria merecer mais atenção e esclarecimento, mas que por vezes é negligenciado. Assim como referem:

- *Deveria merecer mais atenção por parte dos nossos decisores públicos, já que a informação é hoje omnipresente nas nossas vidas, mas nem sempre todos os cidadãos têm conhecimento suficiente para lidar com essa torrente e para se moverem em segurança no meio dela.* (Fonte A)
- *A literacia dos media deveria ser objeto de uma preocupação mais profunda, não raras vezes acaba por ser negligenciada.* (Fonte B)
- *A literacia dos media é um tema que apareceu com o surgimento também dos media. A entrada dos “novos” meios de comunicação social, obrigando a mudanças nos meios tradicionais, fez notar ainda mais os problemas de iliteracia dos media, mas não só. Tal como qualquer iliteracia, deve-se trabalhar para o esclarecimento.* (Fonte C)
- *Não sei, penso que não é uma preocupação permanente, pelo que acho que o assunto não está esclarecido, aliás perante este questionário fui obrigado a pensar e pesquisar para saber dar respostas.* (Fonte D)
- *Eu acho que começa a ser uma preocupação permanente para os próprios media, porque há uma sensação de grande desconhecimento da parte de quem nos lê, ouve ou vê em relação ao nosso trabalho e aquilo em que consiste o nosso trabalho. Está muito associado àquele descrédito que tem acontecido nos últimos anos em relação aos próprios órgãos de comunicação social àquela falsa ideia de que andamos a tentar manipular as pessoas e que no fundo*

deixamos de ser críveis e, portanto, acho que começou a existir nos últimos anos uma maior procura por parte dos próprios órgãos de comunicação social de esclarecer as pessoas sobre o que se passa ao certo nesta área. Como é que nós conseguimos as notícias, como é que nós conseguimos, quais é que são as diferenças nos vários tipos de texto, os vários tipos de conteúdos. Agora especificamente em relação as pessoas, à nossa audiência, eu sinto que nas escolas à uma tentativa por parte de alguns professores de tentar mostrar isso mesmo, ou seja, quais é que são as diferenças entre os vários tipos de media ou entre os vários formatos no fundo para que os miúdos, a quem são aulas tenham mais conhecimento dentro desta área. Agora a questão é que há uma geração que foi formada sem literacia dos média e que esta geração infelizmente não tem procurado ativamente mais informação sobre isto e é para esses que agora temos de dirigir a nossa atenção, porque efetivamente nos temos um problema de interpretação dos próprios média por parte de uma geração já de pessoas adultas e mais velhas que tiveram pouco conhecimento ou pouca formação sobre esta área e que lidam hoje com uma enorme multiplicidade de meios. Portanto quando antigamente falávamos de uma era pré internet esse problema apesar de existir não se colocava da mesma forma porque parecendo que não o universo de produtos a consumir era muito menor e agora o problema é que muitas vezes essas pessoas estão mais sujeitas a caírem na informação falsa em não saberem interpretar uma determinada notícia ou a não conseguirem perceber o que que é um órgão crível e um que não é credível. (Fonte E)

- *Sem dúvida que falta informação aos utilizadores e recetores de mensagens que chegam via comunicação social. A questão da literacia dos media ganha prioridade, quando vemos crescer no contexto digital determinados conteúdos que não qualquer tipo de filtro e que podem ser enviesados. (Fonte F)*
- *Eu acho que não é uma preocupação permanente, nem sequer está identificado pelo público como uma necessidade. Mas eu acho que deveria ser principalmente nos dias de hoje que estamos inundados de conteúdos. Eu tenho uma dúvida particular no que diz respeito às "fake news", eu não sei se as pessoas querem assim tanto saber ou se algumas encaram mesmo como um divertimento andar a trocar "fake news". Até porque é assim, os estudos mostram que os maiores trocadores de "fake news" são as pessoas mais velhas, o que não deixa de ser curioso. Não forçosamente iletradas e, portanto, assinalo*

essa curiosidade. Acho que estamos num mundo que mudou muito, eu sou, fui um comprador de jornais durante muito tempo, jornais em papel, jornais foram acabando e hoje os números são muito baixos e, portanto, eu acho que hoje, talvez fosse necessário começar nas escolas. É certo que em cidadania há aqui esta área de educação para os media e há aqui alguns projetos de literacia mediática, mas muitas vezes isto é uma área opcional ou são trabalhos opcionais que não está na maior parte das escolas esta área e eu acho que fazia sentido que estivesse. E, portanto, acho que as pessoas não têm noção de que isso é necessário, mas eu acho que era mesmo necessário. (Fonte G)

Tendo por base a forma como as fontes explicaram, até ao momento, a importância que deve ter a literacia dos *media*, foi também avançada a seguinte questão: “Quais as iniciativas ou projetos de intervenção que este meio de comunicação social já realizou ou realiza no âmbito da literacia mediática?”. À qual responderam:

- *Temos vários exemplos, mas destacaria dois. Um deles é o projeto JN TAG, um título direcionado para o público infantojuvenil que aborda temas de atualidade com uma linguagem adequada para crianças e adolescentes dos 8 aos 13 anos, e que procura contribuir para formar novos leitores e os aproximar de informação mediada e verificada. Além de um site (tag.jn.pt), o JN TAG tem quatro páginas dedicadas aos mais novos todas as semanas na revista Notícias Magazine. Um outro projeto, chamado JN Todos, decorreu durante dois anos no concelho de Gaia e contemplou, entre outras ações, sessões de leitura acompanhada e debates em torno do jornal, suscitando a reflexão sobre as notícias e sobre a sua produção”* (Fonte A)
- *Até ao momento, o Notícias ao Minuto não realizou nenhuma iniciativa ou projeto de intervenção no âmbito da literacia mediática.* (Fonte B)
- *De forma formal, nenhum. De forma informal, todos os dias, nas diversas plataformas onde trabalhamos. Tornar a mensagem mais clara e credível, ser o mais clarificador possível, sem enganar ou pretender enganar ninguém. Chama-se transparência. Na minha opinião, com o trabalho diário que fazemos de credibilidade estamos a trabalhar, informalmente, para aumentar a literacia dos media.* (Fonte C)

- *Não tenho informação para responder uma vez que acabei de chegar a RFM.* (Fonte D)
- *“P Superior” e “Público na Escola”.* (Fonte E)
- *Procuramos ser esclarecedores e explicativos nos nossos trabalhos jornalísticos, seja no online, seja nas emissões de televisão.* (Fonte F)
- *Nós vamos começar agora a ter aqui, porque o que acontece na RTP, ao longo do tempo, é que teve muitas iniciativas que estavam desconectadas entre si e, portanto, o meu papel agora vai ser dar alguma coerência a essas várias iniciativas. E que passaram muito por um lado, por ir a escolas, ir a instituições e pelo contacto direto, ou com público ou com académicos ou com professores e falar um bocadinho sobre este tipo de temáticas. Isso eu diria que ao longo dos anos foi aquilo que foi mais presente e mais contínuo. Depois temos aqui muito mais coisas, tivemos programas ligados à educação para os media, mas posso-te dizer que por exemplo na rádio, mais recente o "ouvido crítico". Nós temos também, vai de encontro ao Ensina, que são protocolos com o ministério da educação de alguns conteúdos que eles têm e que também estão aqui. Por exemplo temos aqui uma coisa que já lá vai alguns anos, que é de 2012, que são os nativos digitais e que também toca bastante a parte da literacia mediática e temos muito mais. Eu diria que é assim, as visitas de estudo à RTP, também entram de alguma maneira nesta questão de literacia mediática, porquê? Porque os alunos que aqui veem, eles vão ter um contacto com o meio, e podemos enquadrar de certa forma isso, porque há aqui uma explicação sobre o processo reprodutivo que é sempre também interessante. Literacia Mediática é um mundo!* (Fonte G)

No seguimento da primeira subquestão elaborada, “De que forma podem os meios de comunicação social contribuir para a literacia dos *media* em Portugal?”, surgiu também uma questão na entrevista, “Qual pensa ser o papel da literacia dos *media* e que papel poderiam ocupar os meios de comunicação social perante este conceito?”. Esta pergunta teve o intuito de entender se os meios de comunicação se consideram como elementos fundamentais na dinamização da literacia dos *media* junto dos cidadãos portugueses, sendo que as respostas confirmam e dividiram-se perante as hipóteses pensadas primariamente:

- *Os media são parte ativa e têm demonstrado empenho, mas não têm por si só condições (de recursos humanos e financeiros) para assumir projetos de larga escala. É um compromisso com impacto social que deve ser avaliado por decisores públicos e instituições credíveis, numa partilha de responsabilidades que nos congregue coletivamente. (Fonte A)*
- *Na maior parte dos casos, a desinformação que circula - sobretudo nas redes sociais - resulta de fenómenos alheios ao trabalho desenvolvido nas redações. Diria que, nos dias que correm, é quase impossível estancar a disseminação de informação falsa. Não obstante, uma aposta consistente na educação para os media, por um lado, ajudando a afinar o crivo dos cidadãos por forma a saberem filtrar informação credível; a promoção de boas práticas jornalísticas, por outro; além de uma resposta mais musculada das próprias plataformas onde circulam 'fake news' poderiam contribuir para neutralizar as desordens informativas. (Fonte B)*
- *Tal como já referi, a discussão não é nova. Os meios de comunicação social têm normas, regras e legislação que têm que seguir. Se não seguirem, têm que ser penalizados. Se forem transparentes, tal como é pedido, não haverá riscos graves. (Fonte C)*
- *O ensinar e aprender prepara os cidadãos para aprenderem a interagir com os media, nos media. (Fonte D)*
- *Nós por exemplo no público temos projetos dirigidos para crianças e jovens o "Público na Escola" e o "P Superior" tentam fazer um pouco essa tarefa, ou seja, tentam mostrar a alunos qual é o papel dos média quer seja no caso do público na escola partindo os executar jornais escolares através de contactos com jornalistas do público. Portanto este papel acho que é muito bem asegurado pelo "Público na Escola" ainda que o problema tenha as suas limitações no que toca a abrangência nacional. Nós não podemos chegar a todas as escolas infelizmente. No que toca ao ensino superior ou ao "P Superior" eu sinto que também já conseguimos através de assinaturas gratuitas, através das várias conferências que damos nas universidades chegar a outro tipo de público que começa a entender melhor o papel dos média e também é um público com outro tipo de formação superior, pronto que tem outro tipo de conhecimentos. Agora passar essa margem é que é mais difícil, passar essa limitação que temos. Porquê? Porque efetivamente temos um*

grande problema de chegar a outro tipo de pessoas e essas pessoas consumidores média à la carte, ou seja, ora vêm uns títulos do público, ora vêm uns títulos da bola ora vêm outras coisas que lhes aparecem à frente nas redes sociais, ora comentam sem ler. Eu acho que para os meios de comunicação social chegarem a essas pessoas era mesmo preciso haver mais incentivos também para a formação nesta área. É muito difícil nós obrigarmos pessoas que já se sentem formadas a terem formação numa área do qual não nutrem particular interesse. Mas eu acho que os jornalistas deveriam estar mais disponíveis também para esclarecer as dúvidas dos leitores. Eu acho que por exemplo uma boa maneira de nós conseguirmos ajudar a esta literacia dos média é uma vez por mês estarmos disponíveis para responder as questões dos leitores organizarmos uma espécie de call em que eles podem fazer perguntas. (Fonte E)

- *Acrescento que, de acordo com estudos publicados nos últimos anos, Portugal precisa de ver aumentadas as competências dos cidadãos no relacionamento com os media.* (Fonte F)
- *Digamos, há aqui uma parte que é a parte da música, se falarmos de rádio ou televisão, programas de entretenimento. Eu sou do serviço público há 30 anos e acredito muito no serviço público, ser sérios. Ser sérios parece-me o primeiro ponto de partida, ser sério não ser enganosos e isso vale para jornalismo, vale para programação, ser transparentes. O mais transparentes possível para o nosso público e o mais disponíveis possível para explicar ao público aquilo que estão a ver ou a ouvir de forma que seja absolutamente clara. Acho que esse é o nosso papel principal e depois envolver-nos exatamente em programas que permitam ao público conhecer-nos por dentro. Temos feito um bocadinho disso, mas temos de fazer mais.* (Fonte G)

Com intuito de dar resposta à segunda subquestão, “Qual o lugar dos jornalistas dos meios de comunicação social na promoção da literacia dos *media* em Portugal?” foi realizada a seguinte interrogação: “Qual pensa ser o trabalho dos jornalistas no âmbito da literacia dos *media*?”. Enquanto a maioria das Fontes defende o seu trabalho diário, ligado à transparência, “partilhar notícias diariamente”, ou seja, a segunda hipótese, a Fonte A contrariamente defende a primeira hipótese de “concretizar projetos nos meios de comunicação em que trabalham para os cidadãos”.

- *Embora essa não seja a sua tarefa prioritária e muito menos exclusiva, muitos jornalistas são hoje agentes empenhados nessa questão, participando em projetos, workshops e ações dinamizadas junto de públicos específicos. Destaco particularmente a interação com as escolas, em que os jornalistas são muito solicitados. (Fonte A)*
- *Os jornalistas devem ter um papel ativo no sentido de salvaguardarem a absoluta transparência das práticas jornalísticas, sendo agentes de esclarecimento e pautando-se sempre pelo rigor informativo. (Fonte B)*
- *O trabalho do jornalista é de esclarecer, noticiar, informar, oferecer informação que leve o ouvinte/leitor ou telespectador a poder ter espírito crítico perante a matéria. Perante isso, e se aplicar às várias regras a que um jornalista está obrigado, está já trabalhar para a literacia dos media. (Fonte C)*
- *O trabalho dos jornalistas é fundamental pois quem melhor do que eles para defenderem a sua profissão. (Fonte D)*
- *Eu acho que sim e muitas das vezes o que acontece também é que os próprios cidadãos falam connosco, mandam-nos e-mails e muitos acabam por ficar sem resposta é isso acaba por ser um pouco frustrante para o cidadão, e, portanto, efetivamente nós temos de criar uma melhor relação com os leitores e com as nossas audiências e isso passa por um contacto mais direto, que seja mais próximo também de quem nos lê, ouve ou vê. Eu acho que essa estratégia era uma boa estratégia agora se isso resolveria a falta de literacia da população portuguesa não, mas atenuava de certeza, ou seja, o facto de mostrares disponibilidade para esclarecermos dúvidas, eu acho que até ia obviamente uma eventual falha. (Fonte E)*
- *Temos um papel determinante na explicação de conteúdos noticiosos em diversos planos: entrevistas, com recurso a especialistas, grafismos, reportagens, etc. (Fonte F)*
- *Eu acho que é um bocadinho o trabalho que temos vindo a fazer e aquilo que gostaria muito de desenvolver, que é envolver as pessoas no conhecimento da forma como se produzem as notícias e já agora os programas, não é só notícias, todos os programas, toda esta máquina, porque que as coisas são feitas de determinada maneira e ajudar o público a perceber também as notícias. Acho que esse é um caminho que nós podemos prosseguir. Nós nunca tivemos*

arredados disso pelo contrário até por exemplo temos aqui aberto as portas para além, das visitas de estudo a pessoas distintas que veem no dia da rádio fazer visitas às instalações e falar com jornalistas ou com pessoas que produzem conteúdos, portanto nós temos feito esse papel, acho que é provavelmente isso hoje também já não chega, teremos de usar redes digitais e tudo isso, e ter aqui um programa mais completo que permita às pessoas ter essa noção daqui de uma série de fatores que levam a escolher por exemplo determinadas notícias ou a ordená-las de determinada forma. Pronto acho que isso seria interessante. (Fonte G)

Com o objetivo de formar uma proposta para um possível programa de educação para os *media* foi ainda, questionada a necessidade da existência de mais projetos de literacia dos *media*, onde as respostas foram todas de caráter positivo:

- *Sem dúvida. A desinformação, o afastamento em relação aos media, os riscos dos extremismos no espaço públicos, todos esses fatores justificam uma maior ativação de iniciativas de literacia mediática. Pessoas mais informadas e com pensamento crítico estão mais preparadas para intervir no espaço público. No limite, é de cidadania e de defesa da democracia que falamos quando abordamos o tema da literacia mediática”. (Fonte A)*
- *Sim. É uma missão que deveria cumprir a todos os meios de comunicação. É uma responsabilidade social. (Fonte B)*
- *Sinto necessidade que não acabem, que se transformem e se adaptem tão rapidamente como os meios de comunicação social”, pois é uma condição valorizada na sociedade que vivemos a constante evolução. (Fonte C)*
- *É importante, primeiro que tudo, praticar um jornalismo independente e rigoroso. É importante promover o debate com vários agentes da sociedade com conhecimento profundo dos temas que o jornalismo aborda e deve abordar. Todos os trabalhos/projetos jornalísticos que abordem os temas importantes que ajudem a informar uma sociedade livre e de pensamento crítico, além da espuma dos dias, serão bem vindos”. (Fonte D)*
- *Eu acredito que já existam alguns que fazem o seu papel, mas obviamente que este tipo de projetos nunca são de mais porque chegam sempre a pessoas diferentes, a faixas etárias diferentes e isso acaba por ser um bom investimento.*

É claro que investir em literacia dos media não é algo que tenha um retorno imediato, é um bocadinho, como eu costumo dizer, como fazer podcasts portanto, nós quando fazemos um podcast estamos oferecere-lo gratuitamente as pessoas e não pelas pessoas ouvirem o podcast que se tornam assinantes do jornal, mas um dia mais tarde quando tiverem outro tipo de condições financeiras ou quando ganharem uma fidelização maior ou um determinado produto se tiverem de assinar um jornal vão assinar aquele com os conteúdos de que gostam e eu espero que nesse dia as pessoas valorizem o conteúdo que lhes foi oferecido durante este tempo todo. E, portanto, também é um bocadinho por aí, ou seja, valorizar o nosso conteúdo, mostrar-lhes aquilo que nós fazemos, como fazemos o nosso trabalho e esperar que um dia mais tarde do outro lado haja uma valorização que permita também que nós consigamos entrar para tirar algum lucro desse investimento inicial que fizemos na formação de uma geração para perceber o que é isso dos media, como é que nós funcionamos e tudo mais. (Fonte E)

- *Todos os projetos que visem esclarecer os cidadãos são fundamentais e devem ter destaque. Ganham os próprios órgãos de comunicação social e a sociedade. (Fonte F)*
- *Há sim, sem dúvida. O problema é que os órgãos de comunicação não foram construídos exatamente para isso, e, portanto, têm dificuldade, num mundo que lhes tem apertado muito as fontes de rendimento. E eu estou aqui por exemplo a pensar nos jornais, basicamente não vendem, como vendiam, e num mundo em que há cada vez mais concorrência, e, portanto, se fazes um produto se ter pior qualidade, e tens mais concorrência o quê que vai acontecer? Vais perder leitores, se vais perder leitores vais perder rendimentos. Então como é que é legítimo também à sociedade pedir aos jornalistas que também façam essa parte. Nós estamos aqui num momento absolutamente crítico no jornalismo que é as pessoas deixaram de pagar por notícias, ou muitas pessoas deixaram de pagar por notícias e as notícias são um bem da democracia e isto vai ter de se resolver, não tem alternativa se não se resolver. Portanto as pessoas vão ter de pagar por notícias, porque se não pagarem por notícias vão ter relações fracas e vão ter notícias de pior qualidade e vão ter menos investigação e vão ter investigações menos profundas, vão ter menos correspondentes. É uma máquina que fica muito entorpecida e muito danificada, portanto acho que*

enquanto a sociedade não entender que tem que pagar pelo jornalismo de qualidade e que isso é um bem da democracia nós estamos aqui numa situação muito complicada. (Fonte G)

Em forma de conclusão das entrevistas questionou-se, a todos os entrevistados, se dispunham de ideias para colocar em prática, relativamente à literacia dos *media* nos meios de comunicação social onde trabalham, sendo que responderam:

- *Temos algumas ideias para aprofundar a relação entre o TAG e as escolas ou para promover formatos de verificação de factos, mas os recursos condicionam essa aposta. Continuaremos a procurar financiamentos e parcerias virtuosas que nos permitam fazer esse caminho. (Fonte A)*
- *Em concreto, não. Mas a reflexão a que estas perguntas obrigaram pode ter contribuído para que alguma ideia se venha a desenhar em breve – quem sabe uma rubrica dedicada ao tema. Obrigada! (Fonte B)*
- *Reforçar a formação em Literacia dos Media nos currículos escolares. Acrescentou ainda que “não está nada previsto”, no que diz respeito à implementação de projetos de literacia dos *media* no seu meio de comunicação social. (Fonte C)*
- *Acho que há muito a ser explicado, pois nos dias de hoje com a quantidade gigante de informação com que somos literalmente bombardeados diariamente, é urgente termos melhores ferramentas para saber fazer escolhas. (Fonte D)*
- *Que eu saiba neste momento só mesmo o “P Superior” e “Público na Escola” eu acho que não há mais, pelo menos que eu esteja a par, ou seja, pode existir algum embrião ligado a alguma ideia nesta fase, alguma das equipas, mas ainda não passou para além dessa mesma equipa, portanto, eu não estou a par de qualquer nova ideia nessa área. (Fonte E)*
- *A principal ideia que defendo é colocar o tema nas escolas num lugar de relevância entre os conteúdos curriculares. (Fonte F)*
- *Eu posso dizer já o seguinte, eu acho que não faz sentido a RTP estar em dezenas de pequenos projetos, eu prefiro que a RTP, mas repito, não sei se isto será possível, e não sei que projeto essa decisão não está tomada. Eu preferia que a RTP tivesse a iniciativa, mesmo que fosse em parceria, de um projeto que tivesse um impacto real sobre a sociedade. Portanto não múltiplos projetos,*

mas de um só projeto que pudesse ser útil e se calhar um projeto de 1 ano, 2 ou 3 ou seis meses e depois terá que mudar e será um outro projeto a seguir, não faço a mínima ideia, mas não sou muito favorável a ter múltiplos projetos que não trazem nada de muito novo. (Fonte G)

4.3 Visão para o futuro da literacia dos *media* em Portugal

Com o objetivo de desenhar a proposta de modelo de programa que pudesse responder às expectativas dos cidadãos, foi fundamental averiguar o que os cidadãos consideravam importante para produzir o programa, desde o meio de comunicação social, ao tema, à duração e até mesmo as cores que poderiam conceber a imagem deste projeto.

Neste subcapítulo serão analisadas as respostas dos cidadãos ao segundo inquérito por questionário: “Que tipo de modelo/proposta de programa de literacia para os *media* poderá ser mais eficaz para educar os cidadãos?”. Todas as 101 respostas, de seguida, analisadas foram consentidas pelos cidadãos.

a) Dados sociodemográficos

Num segundo questionário onde o objetivo foi perceber o modelo de proposta de programa de literacia para os *media* poderá ser mais eficaz para educar os cidadãos, o primeiro grupo foi também destinado aos dados sociodemográficos, onde pode ser concluído que 1 dos cidadãos que responderam ao questionário estavam dentro da faixa etária dos “Menos de 18 anos”, 16 cidadãos dos “18 a 24” anos, 47 cidadãos dos “25 a 34 anos”, 25 dos “35 aos 44 anos”, 11 dos cidadãos entre “45 a 54” anos, 0 responderam “55 a 64 anos”, e 1 contempla a opção de “65 anos ou mais” (Ver **Gráfico 21**).

Neste questionário foi optado por dividir mais as faixas etárias de forma a termos dados mais específicos.

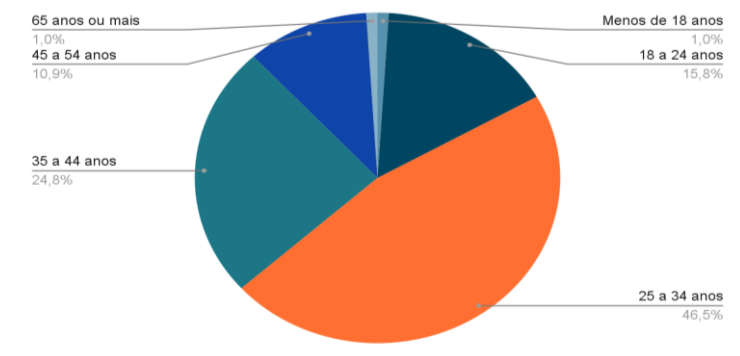


Gráfico 21: Idade dos inquiridos no segundo questionário

Quanto ao género dos inquiridos, 78,2% responderam “Feminino”, o que corresponde a 79 cidadãos e 21,8% “Masculino”, ou seja, 22 do género masculino. Sendo essas as únicas opções selecionadas das disponíveis: “Feminino”; “Masculino”; “Não binário”; “Neutro”; “Não sei”; “Prefiro não revelar” e “Outro” (Ver **Gráfico 22**). Ainda que havia uma questão para indicar qual caso seleccionassem “Outro”, o que não aconteceu.

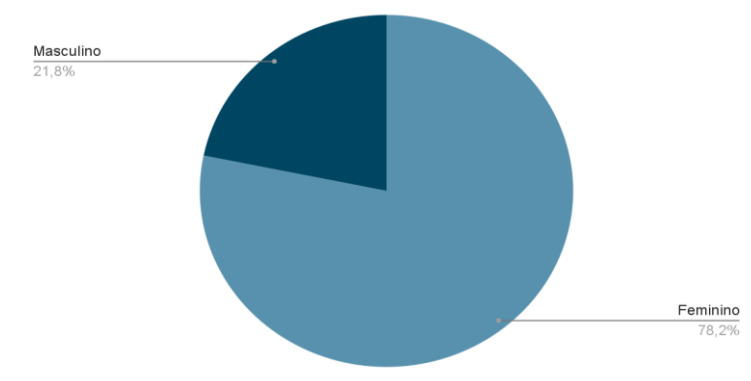


Gráfico 22: Género dos inquiridos no segundo questionário

Neste seguimento foi questionado também a escolaridade dos cidadãos, onde as respostas foram: nenhuma com o “1º ciclo (1º ao 4º ano)” nem com “2º ciclo (5º ao 6º ano)”, 5 cidadãos com “3º ciclo (7º ao 9º ano)”, 37 com o “Secundário (10º ao 12º ano)”, 41 dos inquiridos com “Ensino Superior: Licenciatura”; 17 responderam “Ensino Superior: Mestrado”, e 1 com “Ensino Superior: Doutoramento”, sendo que ninguém respondeu também às duas últimas opções, “Outro” e por fim, “Nenhum”.

No que concerne à região a que os cidadãos pertencem foram dadas as seguintes opções de resposta: “Norte”, “Centro”, “Lisboa”, “Alentejo”, “Algarve”, “Açores”, “Madeira”. Nesta questão foi possível constatar que a maioria pertence ao Norte (76,2%, que corresponde a 77

cidadãos) e seguidamente ao Centro (14,9%, ou seja, 15 cidadãos). Sendo que, 5 inquiridos responderam “Lisboa”, 1 “Alentejo”, 2 “Açores” e 1 “Madeira” (Ver **Gráfico 23**).

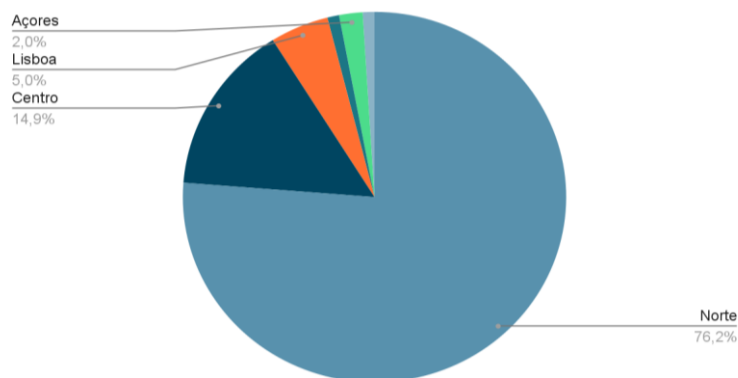


Gráfico 23: Região a que pertencem os inquiridos no segundo questionário

Através de uma questão de resposta direta para os cidadãos foi ainda possível concluir que a maioria era do concelho de Santa Maria da Feira (nomeadamente, Sanguedo, Fiães, Lourosa), do Porto e arredores, contemplando também cidadãos de Coimbra, Carcavelos, Guarda, Vila Real, Penafiel e Leiria.

Através dos dados obtidos e apresentados até ao momento é possível concluir que se encontra mais diversidade geográfica nos mesmos do que no primeiro questionário, embora na mesma com incidência no norte de Portugal Continental. No entanto, ao contrário do que se sucedeu no primeiro questionário, neste houve 3 respostas das ilhas da Madeira (Fonte 58 - Funchal) e Açores (Fonte 70 - Praia da Vitória - Ilha Terceira e Fonte 57 - Lagoa).

b) Meios de Comunicação Social: Formato

O segundo grupo deste inquérito por questionário foi dedicado ao tipo de meio de comunicação social em que os cidadãos teriam interesse em assistir a proposta de programa, assim como o formato que deveriam comportar.

Iniciou-se com a questão: “Qual o meio de comunicação social onde teria maior interesse em ter acesso a conteúdo relacionado com literacia dos *media*?”, onde os cidadãos podiam assinalar mais do que uma das opções mencionadas: 63 “Televisão”; 20 “Rádio”, 16 “Jornais”; 81 “Meios de comunicação social digital”; 2 “Outro”; 1 “Não tenho interesse”; “Não sabe/ Não responde” não foi assinalado por nenhum dos inquiridos (Ver **Gráfico 24**).

As duas pessoas que responderam “outro” mencionaram na questão aberta seguinte: “Redes Sociais” (Fonte 8) e “Plataformas de *streaming*” (Fonte 71).

Através da resposta a estas questões é possível confirmar a hipótese primária à subquestão 10 “Qual o papel das novas tecnologias e plataformas digitais na eficácia de projetos de literacia dos *media* em jornalismo?”, uma vez que, os cidadãos portugueses preferem aceder a estes conteúdos através das plataformas digitais, na sua maioria, do que nos meios de comunicação tradicionais.

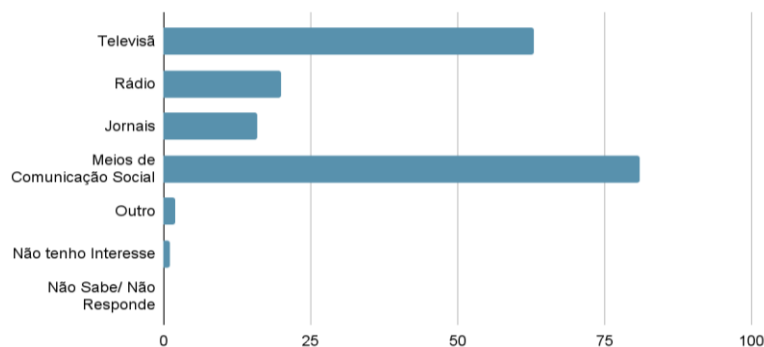


Gráfico 24: Resultados da questão: “Qual o meio de comunicação social onde teria maior interesse em ter acesso a conteúdo relacionado com literacia dos media?”

A seguinte pergunta “Qual o órgão de comunicação social, em específico, em que gostaria de ver difundidos os conteúdos sobre literacia dos *media*?” era aberta à opinião do cidadão, e foram poucos os inquiridos que responderam verdadeiramente à questão solicitada, nomeadamente:

- i) “RTP” (Fonte 45)
- ii) “TVI” (Fonte 5)
- iii) “*Spotify*” (Fonte 1)
- iv) “*Instagram e Facebook*” (Fonte 4)
- v) “RTP 2” (Fonte 15)
- vi) “SIC” (Fonte 17)

vii) “A escolha do órgão de comunicação social para divulgar conteúdos sobre literacia dos *media* depende do público-alvo. Para jovens, redes sociais como *Instagram, TikTok e YouTube* são ideais. Para um público mais amplo, jornais como “Público” e “Expresso”, canais de TV como RTP, SIC, TVI, e rádios como TSF são mais eficazes.” (Fonte 22)

- viii) “RTP *Play*” (Fonte 71)

Ao contrário do esperado, tendo em consideração que os cidadãos responderam na questão anterior que teriam mais interesse em assistir a este programa nos meios de comunicação social digital, na pergunta que a sucedeu mencionaram sobretudo canais de televisão, ao invés de plataformas digitais ou redes sociais, na sua maioria.

De seguida foi questionado: “Que formato considera mais adequado para a criação de um programa sobre literacia dos *media* e do jornalismo?”, uma questão que permitiu também aos cidadãos selecionarem mais do que uma opção, à qual responderam: 87 “vídeo”; 23 “áudio”; 20 “texto”; 2 “outro”; 1 “não sabe/ não responde” (Ver **Gráfico 25**). Sendo que as respostas por quem selecionou “outro” foram: “Todos” (Fonte 10) e “Desenhos Animados” (Fonte 75)

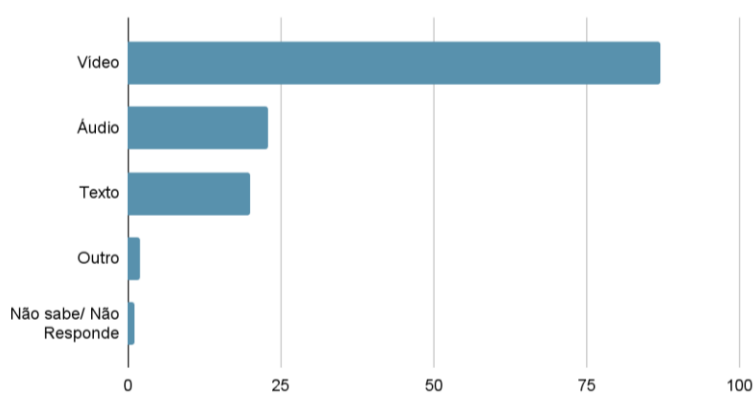


Gráfico 25: Resultados da questão: “Que formato considera mais adequado para a criação de um programa sobre literacia dos *media* e do jornalismo?”

c) Apresentação e Conteúdo

A terceira secção destinou-se à apresentação visual que a proposta deve seguir, assim como o conteúdo deve ser transmitido aos cidadãos.

Por este motivo, iniciou-se com uma pergunta acerca das cores que poderia ter esta proposta de modelo de programa, nomeadamente: “As cores são um elemento que cativa a atenção. Que cores considera apropriadas para um programa sobre literacia e educação para os *media*?”. Nesta questão foi possível assinalar mais do que uma resposta, e foram obtidas as seguintes preferências: 21 “Amarelo”; 71 “Azul”; 33 “Branco”; 18 “Laranja”; 5 “Rosa”; 6 “Roxo”; 25 “Verde”; 25 “Vermelho”; 1 “Outra”; e 8 “Não sabe/ Não responde” (Ver **Gráfico 26**). Sendo que, o único inquirido que respondeu “Outra” mencionou na questão seguinte, realizada para este efeito, “Todas as cores (desde que sejam suaves)” (Fonte 24).

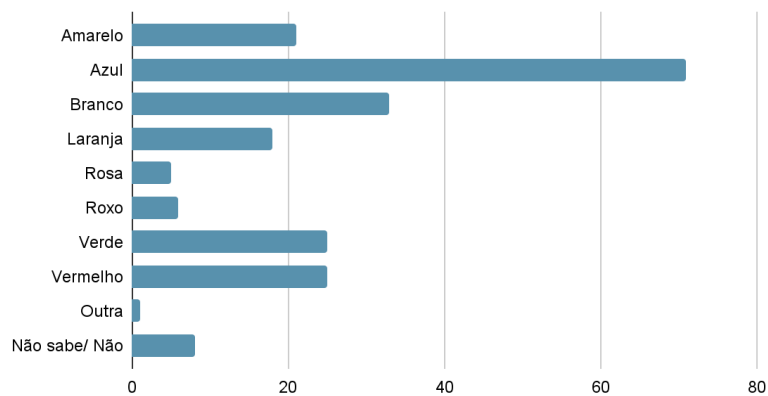


Gráfico 26: Resultados da questão: “Que cores considera apropriadas para um programa sobre literacia e educação para os *media*?”

Nesta secção foi também questionado acerca da linguagem a ser utilizada neste tipo de programas, “Quanto à linguagem a ser utilizada?”, de forma a entender o que os portugueses preferiam. Sendo que as opções eram: “Linguagem simples e direta” responderam 65 dos inquiridos; “Linguagem mista (ambas)” responderam 36, e ninguém respondeu “Linguagem científica”, nem à opção “Outra” (Ver **Gráfico 27**).

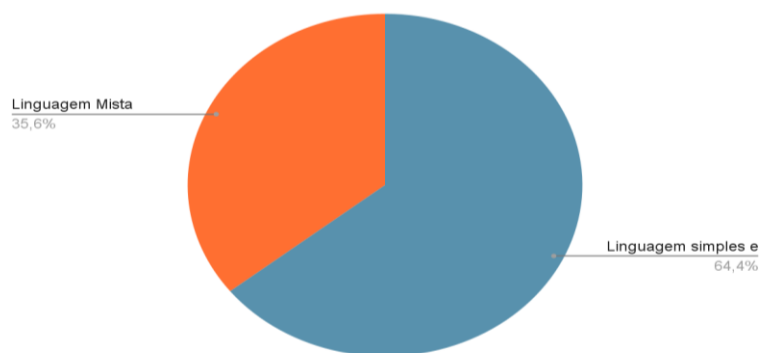


Gráfico 27: Resultados da questão: “Quanto à linguagem a ser utilizada?”

De modo a entender como os cidadãos teriam interesse em ver a informação no caso da imprensa foi questionado: “No caso, por exemplo, da imprensa, como preferia ver exposta a informação?”. À qual os inquiridos responderam: 66 “Texto e imagem”; 26 “Imagens com pequeno texto, palavras-chave”; 2 “Banda desenhada”; 5 “Explicadores”; 1 “Grafismo”; 1 “Dados”, e quanto às restantes opções “Texto” e “Outro” não foram colocadas como hipóteses como apresentação dos conteúdos na imprensa (Ver **Gráfico 28**).

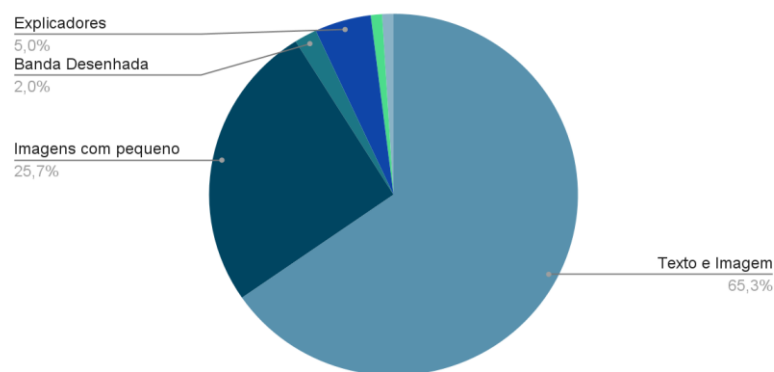


Gráfico 28: Resultados da questão: "No caso, por exemplo, da imprensa, como preferia ver exposta a informação?"

Quanto aos restantes meios de comunicação social, foi realizada uma pergunta mais geral com opção de os inquiridos selecionarem mais do que uma resposta na forma como gostariam de ver exposta as informações sobre a temática literacia dos *media*, através da pergunta: "No caso dos meios televisivos, rádio ou digital online, por exemplo, qual a apresentação do programa que mais o cativaria?". Sendo que as respostas selecionadas pelos cidadãos foram:

- i) 43 cidadãos responderam: "Apresentação por jornalista com locução e imagens";
- ii) 46 cidadãos responderam: "Apresentação por jornalista com convidados";
- iii) 6 cidadãos responderam: "Apresentação por jornalista em ambiente de Realidade Virtual";
- iv) 32 cidadãos responderam: "*Vox pop*: ir à rua e perguntar diretamente aos cidadão com a locução, depois, a ajudar com as respostas certas";
- v) 27 cidadãos responderam: "Breve explicação sobre os temas por especialistas";
- vi) 17 cidadãos responderam: "*Quiz* com imagens animadas e locução";
- vii) 4 cidadãos responderam: "Animação e banda desenhada";
- viii) 16 cidadãos responderam: "Análise de dados concretos por especialistas";
- ix) 16 cidadãos responderam: "Análise de estudos de caso variando os jornalistas";
- x) 1 cidadãos responderam: "Outro";
- xi) 2 cidadãos responderam: "Não sabe/ Não responde"

Sendo que, quem assinalou “Outro” indicou: “Pequenas peças com locução e grafismo” (Fonte 75).

Através destas últimas questões foi possível confirmar a hipótese “Conteúdos dinâmicos e interativos, que chamem mais atenção, através de imagens e pouco texto e entrevistas, por exemplo”, da subquestão 12, “Qual poderá ser o melhor modelo de programa para imprensa, televisão, rádio e digital, de forma a educar para os *media*, e ser transmitido pelos meios de comunicação social?”

d) Temas que teriam interesse em aprender?

Nesta secção foram realizadas perguntas em grupos temáticos sobre vários assuntos que a Literacia dos *media* contempla, e onde os cidadãos tinham a oportunidade de selecionar mais do que uma das opções mencionadas. Assim os cidadãos inquiridos puderam selecionar em cada um dos grupos os assuntos que teriam mais interesse em ver explicados. Através das questões que se seguem foram obtidas as seguintes respostas:

1. Introdução à Literacia dos *Media*:

- i) 59 cidadãos responderam: “O que é a literacia dos *media*?”;
- ii) 48 cidadãos responderam: “Informações base acerca dos temas que constituem a literacia dos *media*”;
- iii) 51 cidadãos responderam: “Importância da literacia dos *media* na era digital.”;
- iv) 51 cidadãos responderam: “Como as tecnologias moldam a forma como consumimos e produzimos informação.”;
- v) 1 cidadão respondeu: “Outro”

Sendo que o inquirido que respondeu "Outro" não mencionou nenhum tema.

2. Tipos de *Media* e as Suas Características

- i) 69 cidadãos responderam: “Diferenças entre os *media* tradicionais (televisão, rádio, jornais) e os *media* digitais.”;
- ii) 22 cidadãos responderam: “Sistema de *media* e economia política dos *media*.”;

iii) 42 cidadãos responderam: “Métodos de verificação de informação dos meios de comunicação social”;

iv) 54 cidadãos responderam: “O papel das redes sociais na disseminação de notícias e informações.”;

v) 1 cidadão respondeu: “Outro”

Mais uma vez, o cidadão que assinalou a opção “Outro” não acrescentou nenhuma informação.

3. Jornalismo: Papel e Função na Sociedade

i) 56 cidadãos responderam: “O que é o jornalismo e qual o seu papel na democracia.”;

ii) 40 cidadãos responderam: “O conceito de "Quarto Poder" e a responsabilidade de informar.”;

iii) 56 cidadãos responderam: “A ética jornalística: objetividade, imparcialidade e integridade na prática jornalística.”;

iv) 22 cidadãos responderam: “Qual é a rotina produtiva do Jornalismo”;

v) 19 cidadãos responderam: “Como é construído o discurso jornalístico”;

vi) 0 cidadãos responderam: “Outro”

4. Desordens Informativas: *Fake News*, desinformação, má informação e informação incorreta

i) 32 cidadãos responderam: “O que são as Desordens Informativas”;

ii) 34 cidadãos responderam: “Desinformação”;

iii) 54 cidadãos responderam: “Reflexão sobre *fake news*”;

iv) 38 cidadãos responderam: “História sobre a falsificação de informação”;

v) 51 cidadãos responderam: “Diferença entre desinformação, má informação e *fake news*”;

vi) 59 cidadãos responderam: “Como identificar e combater *fake news*”;

vii) 33 “Exemplos de campanhas de desinformação e o seu impacto na sociedade”;

viii) 0 cidadãos responderam:” Outro”

5. Como Avaliar a Credibilidade das Fontes

- i) 68 cidadãos responderam: “Como verificar a veracidade de uma notícia”;
- ii) 41 cidadãos responderam: “Ferramentas de *fact-checking* e verificação de fontes”;
- iii) 54 cidadãos responderam: “Reconhecer fontes confiáveis vs. fontes duvidosas ou manipuladoras”;
- iv) 50 cidadãos responderam: “Como detetar que as informações são falsas”;
- v) 26 cidadãos responderam: “Como verificar de uma imagem”;
- vi) 27 cidadãos responderam: “Como verificar um vídeo”;
- vii) 22 cidadãos responderam: “Como verificar um áudio”;
- viii) 31 cidadãos responderam: “Saber se um órgão de comunicação social é registado na Entidade Reguladora para a Comunicação Social”;
- ix) 0 cidadãos responderam: “Outro”

6. Manipulação e Bias nos *Media*

- i) 54 cidadãos responderam: “O que é bias (viés) nos *media* e como ele afeta a narrativa das notícias”;
- ii) 71 cidadãos responderam: “Técnicas de manipulação mediática e como evitá-las”;
- iii) 44 cidadãos responderam: “Análise crítica de manchetes, imagens e *framing* nas notícias”;
- iv) 0 cidadãos responderam: “Outro”

7. Algoritmos, Bolhas de Filtragem e Cápsulas de Eco

- i) 67 cidadãos responderam: “Como os algoritmos das redes sociais afetam o que vemos e lemos”;
- ii) 47 cidadãos responderam: “O conceito de “bolha de filtragem” e “cápsula de eco”;
- iii) 51 cidadãos responderam: “Como sair da bolha e expandir a diversidade de informação”;
- iv) 52 cidadãos responderam: “O impacto da Inteligência Artificial na desinformação”;

v) 0 cidadãos responderam: “Outra”

8. O Papel dos Cidadãos no Consumo e Produção de Informação

i) 52 cidadãos responderam: “O papel dos "jornalistas cidadãos" e a democratização da informação”;

ii) 55 cidadãos responderam: “De que forma os cidadãos podem ser responsabilizados pela disseminação de informação falsa”;

iii) 55 cidadãos responderam: “Como os cidadãos podem ser produtores responsáveis de conteúdo”;

iv) 37 cidadãos responderam: “Ferramentas para criar conteúdo de qualidade e ético”;

v) 0 cidadãos responderam: “Outro”

9. Publicidade, Propaganda e Influência Mediática

i) 61 cidadãos responderam: “Como a publicidade influencia o consumo de notícias e informação”;

ii) 61 cidadãos responderam: “Diferença entre publicidade, propaganda, conteúdo patrocinado e notícias”;

iii) 40 cidadãos responderam: “O impacto das campanhas de propaganda política e comercial na opinião pública”;

iv) 0 cidadãos responderam: “Outro”

10. Educação Digital e a Importância da Privacidade Online

i) 67 cidadãos responderam: “Como proteger a privacidade ao navegar online e nas redes sociais”;

ii) 50 cidadãos responderam: “Dicas para uma navegação segura”;

iii) 57 cidadãos responderam: “A importância da cibersegurança e do uso responsável das redes”;

iv) 45 cidadãos responderam: “Como aceder e utilizar de forma responsável os meios de comunicação social”;

v) 36 cidadãos responderam: “Como aceder e utilizar de forma responsável as redes sociais”;

vi) 36 cidadãos responderam: “Cidadania Digital Responsável e dicas para uma navegação segura”

vii) 0 cidadãos responderam: “Outro”

11. *Media* e Democracia: Desafios na Era Digital

i) 66 cidadãos responderam: “O impacto da desinformação nas democracias e nos processos eleitorais”;

ii) 46 cidadãos responderam: “Como a polarização mediática influencia o discurso público”;

iii) 55 cidadãos responderam: “A luta contra a censura e a proteção da liberdade de expressão”;

iv) 1 cidadão respondeu: “Outro”

Mais uma vez, o cidadão que assinalou a opção “Outro” não acrescentou nenhuma informação.

12. Análise Crítica da Informação Visível e Invisível

i) 69 cidadãos responderam: “Como a forma e o formato da informação impactam o seu consumo (e.g., vídeos curtos vs. reportagens profundas)”;

ii) 49 cidadãos responderam: “Informações que são suprimidas ou distorcidas”;

iii) 37 cidadãos responderam: “Como o contexto e a História de um meio afetam a narrativa”;

iv) 2 cidadãos responderam: “Outro”

Os dois cidadãos que assinalaram a opção “Outro” não acrescentaram mais informações à questão.

Seguidamente foi questionado, de forma opcional, aos inquiridos se teria mais algum assunto relacionado com a literacia dos *media* que teria interesse que fosse mencionado, pergunta à qual só houve uma resposta, “Sobre a história da literatura” (Fonte 1), que não será considerada neste estudo, uma vez que o tema não se encontra ligado ao conceito em estudo.

Para terminar as questões relacionadas com os temas a apresentar nesta proposta de modelo de programa foi perguntado aos cidadãos: “Considera que seria relevante a apresentação de todos os assuntos referidos nas questões anteriores, divididos em vários programas?”. As respostas obtidas à questão mencionada foram: 87 dos inquiridos

responderam que “Sim”; 3 assinalaram que “Não”; e 11 “Não sabe / Não responde” (Ver **Gráfico 29**).

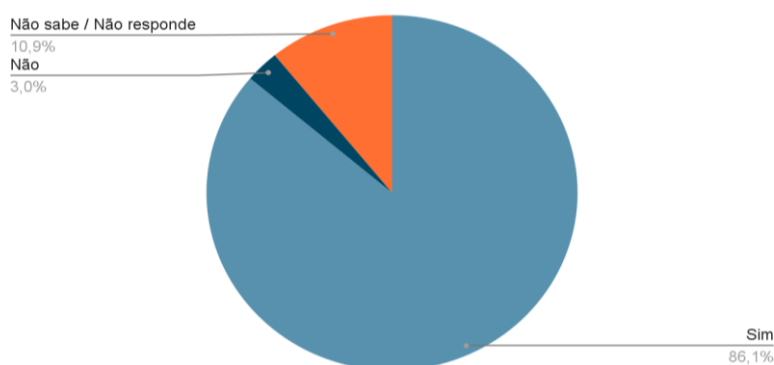


Gráfico 29: Resultados da questão: “Considera que seria relevante a apresentação de todos os assuntos referidos nas questões anteriores, divididos em vários programas?”

Seguidamente foi pedido aos cidadãos que justificassem a sua resposta, à qual constataram:

- i) “Na minha opinião são assuntos que a maioria das pessoas não está atenta, mas que na realidade são bastantes úteis, em particular nos dias que nos encontramos onde a informação e o seu tratamento é extremamente importante para o sucesso e devido ao nosso abuso na utilização dos meios online que ainda não são bem tratados por todos nós. Uma panóplia de programas certamente poderia captar a atenção de mais algumas pessoas ao assunto”. (Fonte 9)
- ii) “Porque eu acho que muita gente de quase todas as idades estão extremamente desinformadas sobre maior parte dos assuntos”. (Fonte 22)
- iii) “Com a digitalização cada vez é mais importante sensibilizar e responsabilizar a comunidade com os diversos perigos do consumo digital e como se devem proteger e filtrar os conteúdos”. (Fonte 32)
- iv) “É um assunto muito importante na atualidade e devia ser mais debatido”. (Fonte 62)
- v) “Porque acredito que existe muita falta de informação e que todos os assuntos referidos anteriormente têm a sua importância e devem ser explorados devidamente, sendo possível que cheguem ao alcance de todos e de forma prática e objetiva”. (Fonte 77)

Uma vez que o canal televisivo RTP neste momento, tem um projeto de anulação de publicidade entre programas até 2027, foi questionado “Considera que estes conteúdos poderiam integrar as pausas entre programas na televisão pública (RTP)?”, à qual a maioria dos indivíduos respondeu “Sim”, nomeadamente um total de 84; 4 responderam “Não”; 13 “Não sabe / Não responde” (Ver **Gráfico 30**).

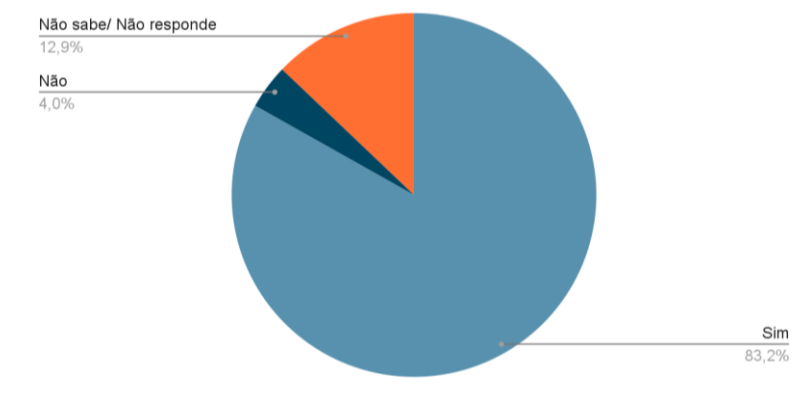


Gráfico 30: Resultados da questão: “Considera que estes conteúdos poderiam integrar as pausas entre programas na televisão pública (RTP)?”

Quando pedido para justificar a resposta anterior, muitos dos cidadãos responderam “Não sei” (nomeadamente, Fonte 16, 33, 50 e 89, entre outras). Outras das respostas dadas pelos inquiridos foram realizadas de forma cuidada, como por exemplo:

- i) “Maior parte das pessoas veem televisão, e ao fazerem essas pausas, "obriga" o espectador a ouvir e tentar perceber o tema naquele instante”. (Fonte 1)
- ii) “Melhor do que a publicidade que dá atualmente”. (Fonte 2)
- iii) “É um assunto de extrema importância e como a RTP vai ser delapidada de um importante recurso financeiro comprometendo a qualidade dos conteúdos por ela produzida, este é um tema transversal e premente na sociedade contemporânea e como tal é uma forma não só de atrair novos espectadores ao mesmo tempo que os capacitamos”. (Fonte 8)
- iv) “Escolhi sim, porque realmente é uma solução viável, contudo a existência de programas de maior duração, com horário próprio, com convidados conhecidos, com conhecimento e experiência no assunto poderia levar à captação, possivelmente, de menos pessoas, mas pessoas que realmente aprendessem o assunto”. (Fonte 9)
- v) “Não sei como justificar, apenas seria benéfico para todos”. (Fonte 10)

vi) “Porque seria uma forma de informar a sociedade acerca destes assuntos que são pouco falados”. (Fonte 12)

vii) “Seria uma forma de ocupar esse lugar vago deixado pela falta da publicidade, e dessa forma teriam o espaço necessário para a divulgação destes conteúdos que são importantes para a população em geral, sendo que o canal público é o local ideal para a essa difusão”. (Fonte 18)

viii) “Sendo a rede de canais nacional, a RTP tem a credibilidade necessária para transmitir estas informações a visualizadores mais céticos de outras fontes de informação”. (Fonte 30)

ix) “Primeiro não concordo com a anulação de publicidade num canal televisivo, a publicidade acaba por ser importante para o mesmo, mas uma vez que será assim, sim, acho que podiam preencher as pausas com informações relevantes sobre os *media*, de forma a ficarmos mais informados e a aprender como utilizar melhor a comunicação, etc”. (Fonte 90)

x) “A informação, seja de qualquer tema, é importante para o desenvolvimento da sociedade. Uma sociedade desinformada desmorona-se como um puzzle ao longo do tempo, com a opressão, a manipulação e etc”. (Fonte 101)

e) Duração e espaço a ocupar

O penúltimo grupo deste questionário refere-se à duração que deve conter estas propostas de programa acerca de literacia dos *media* e os conceitos envolventes.

A primeira questão realizada foi: “Quanto tempo deve conter este tipo de conteúdo em televisão, por exemplo?” à qual 41 dos inquiridos respondeu “1 minuto (tempo de publicidade)”; 54 “5 a 10 minutos”; e 6 “30 minutos a 1 hora” (Ver **Gráfico 31**).

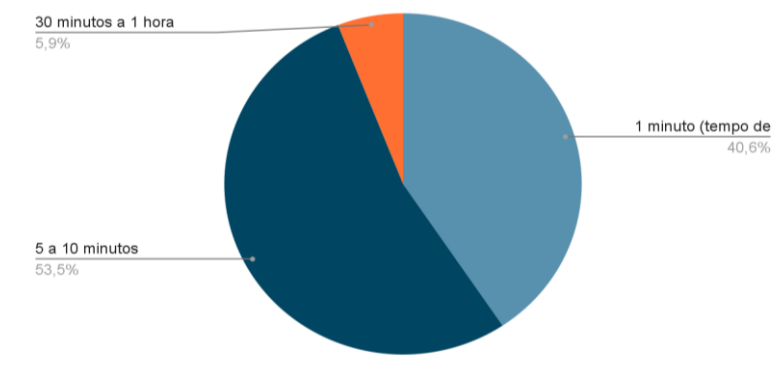


Gráfico 31: Resultados da questão: “Quanto tempo deve conter este tipo de conteúdo em televisão, por exemplo?”

Seguidamente a pergunta realizada foi: “Quanto tempo deve conter este tipo de conteúdo, por exemplo, em rádio?”, onde foram obtidas as seguintes conclusões: 37 dos cidadãos consideraram “1 Minuto”; 42 “2 Minuto”; e 22 “Mais de 2 Minutos” (Ver **Gráfico 32**).

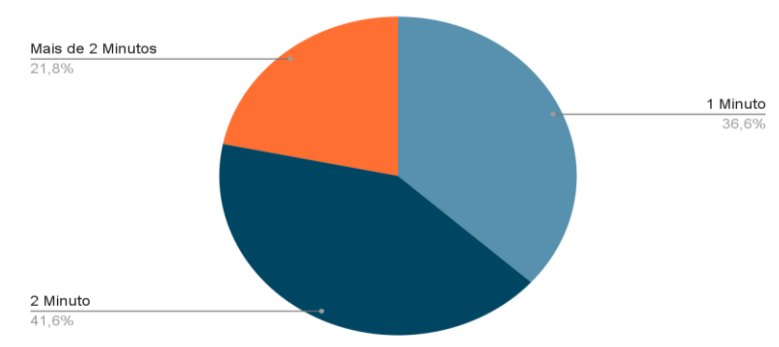


Gráfico 32: Resultados da questão: “Quanto tempo deve conter este tipo de conteúdo, por exemplo, em rádio?”

Através das respostas à questão “Que espaço deve preencher este tipo de conteúdo na imprensa?”, onde 13 dos inquiridos responderam “1/8 página”; 49 “1/4 de página”; 39 “Meia página”, foi possível que o melhor no caso da imprensa será um quarto de página de informação relativamente à temática em análise (Ver **Gráfico 33**).

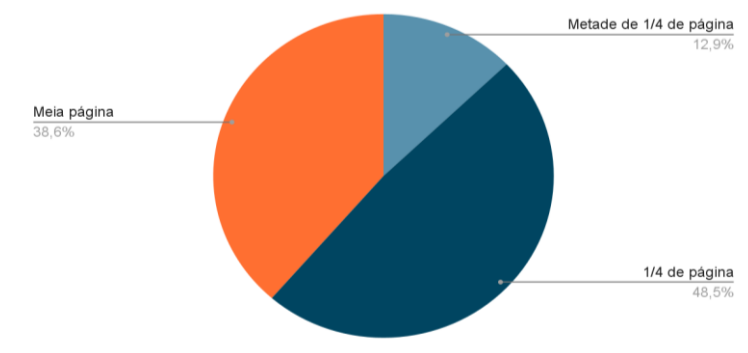


Gráfico 33: Resultados da questão: “Que espaço deve preencher este tipo de conteúdo na imprensa?”

Por fim, no que concerne o *online* foi questionado também “Quanto tempo deveria ter este conteúdo em forma de áudio ou vídeo?”, questão à qual os cidadãos responderam: 23 indivíduos “10 a 30 segundos”; 55 “30 a 60 segundos”; 20 “Mais que 60 segundos”; e 3 “Outra duração” (Ver **Gráfico 34**).

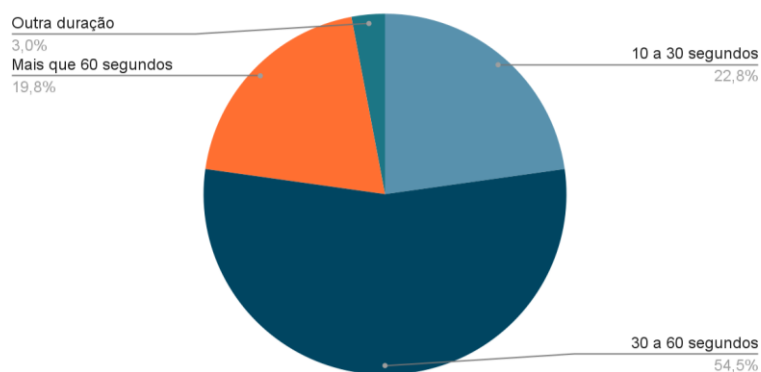


Gráfico 34: Resultados da questão: "Quanto tempo deveria ter este conteúdo em forma de áudio ou vídeo?"

De forma a complementar a questão anterior e entender qual seria a "outra duração" que os inquiridos estariam a considerar, foi solicitado que indicassem qual. Apesar de só 3 inquiridos terem respondido a opção em questão na pergunta anterior, foram realizadas 6 respostas, que só serão consideradas para análise 4, uma vez que as restantes não se relacionam com a interrogação. Obtendo as seguintes respostas:

- i) "5m. Mais do que isso, os Camões arranca o outro olho!" (Fonte 8)
- ii) "Com base na minha ideia, no meio digital o conteúdo deveria realmente ser mais curto do que em tv, contudo, de forma a se abordar os temas de uma forma completa e não extensa deveria ter uma duração entre os 60 segundos e os 120 segundos". (Fonte 9)
- iii) "10 min" (Fonte 14)
- iv) "3 minutos" (Fonte 35)
- v) "Literacia financeira" (Fonte 65)
- vi) "JN" (Fonte 84)

f) Mais sugestões para o projeto piloto

Para finalizar o inquérito por questionário foi perguntado opcionalmente aos cidadãos se teriam mais algum contributo para acrescentar, "Caso tenha mais algum tema como sugestão para qualquer um dos âmbitos mencionados anteriormente, indique qual". Sendo que, só 4 dos inquiridos responderam:

- i) “Na minha opinião existe um conjunto de temas e assuntos que estão a ser deixados para trás por não ser o mais procurado pela população. No entanto, deveria existir um período de tempo ou, quem sabe, um canal em que todos esses assuntos fossem abordados. Estes assuntos podem ser por exemplo todo o tipo de atividades em que a população portuguesa está envolvida, mesmo que sejam apenas uma minoria. Quem sabe se a RTP com os seus 3 canais e sem a publicidade não se transforma um pouco mais neste sentido”. (Fonte 9)
- ii) “Como não devíamos postar sérias coisas nas redes sociais”. (Fonte 22)
- iii) “Não” (Fonte 65)
- iv) “Como é que os jornalistas escolhem as suas fontes de informação e que tipo de fontes existem”. (Fonte 75)

4.4 A Motivação da proposta

Através da realização dos questionários foi possível entender o ponto de situação em que, pelo menos parte representativa da população em Portugal, se encontra relativamente ao conceito da literacia dos *media*.

Uma vez que, como foi analisado, anteriormente, os projetos realizados concentram-se, maioritariamente, em ambientes escolares e direcionados para jovens, poucos são os projetos que abrangem as restantes faixas etárias, como aconteceu na realização do SMaRT-EU que envolveu mais cidadãos de diferentes faixas etárias nos seus *workshops*. Apesar dos conteúdos se encontrarem disponibilizados na *internet*, se os indivíduos não tiverem o mínimo de conhecimento, acerca de, não vão procurar aprender mais sobre os conceitos.

Com o primeiro questionário foi possível perceber que a maioria dos cidadãos não sabe do que se trata o conceito de literacia dos *media*. Assim como, os cidadãos confundem as informações falsificadas criadas por indivíduos com notícias dos jornalistas, o que se reflete em desconfiança no jornalismo, como foi referido anteriormente, “Não sei, mas sei que os *media* cada vez mais são desonestos e pouco confiáveis e sobretudo manipuladores. Hoje não acredito em tudo o que ouço na comunicação social” (Fonte 26). Assim como é possível confirmar que a maioria dos cidadãos nem sequer tem conhecimentos sobre as iniciativas desenvolvidas, uma vez que, apenas treze inquiridos confirmaram conhecer projetos de literacia dos *media* em 101 respostas. Uma outra evidência é a questão de ¼ dos inquiridos

considerarem que uma informação fornecida na *internet* é o mesmo que uma notícia. Quando questionados se conseguiriam descodificar se uma informação, imagem ou vídeo é verdadeiro ou falso, mais de metade dos cidadãos inquiridos responderam que não.

Por meio das evidências apresentadas com base no primeiro questionário realizado foi também questionado aos participantes se consideravam que deveriam existir mais projetos de literacia dos *media*, questão à qual os cidadãos responderam, na sua maioria, que “sim”.

Posto isto, foi desenvolvido um segundo questionário com o objetivo de elaborar a proposta de modelo de programa de literacia dos *media*, tendo por base as indicações dos cidadãos portugueses sobre o formato/tempos, duração do vídeo, conteúdos a incidir. Esta proposta tem como um dos seus principais objetivos capacitar e consciencializar os cidadãos para reconhecer, analisar e reagir criticamente à informação mediática, promovendo uma compreensão profunda das diferenças entre uma notícia verificável e conteúdos *online* de origem duvidosa. Assim como, alertar para a importância da literacia dos *media* e introduzir os conceitos básicos, como a diferença entre uma notícia e conteúdos não verificados na *internet*, os perigos de espalhar desinformação e sensibilizar a população sobre os perigos do termo *fake news* e fomentar boas práticas de verificação de informações.

Começando por enumerar por ordem de preferência os meios de comunicação social que os cidadãos teriam interesse em ver o modelo de proposta de programa ser implementado é nos meios de comunicação social digital e na televisão, e depois em rádio e nos jornais. O possível motivo da escolha primária dos meios digitais aconteceu, uma vez que a maioria dos indivíduos que responderam a este questionário são da faixa etária jovem. No entanto, quando questionado diretamente acerca do órgão de comunicação social em que deveria ser partilhado este conteúdo, a maioria das respostas recaiu em canais televisivos. A apresentação do programa pode ser feita, por exemplo, em vídeo, áudio e texto. Os cidadãos quando questionados, na sua maioria preferiam que fosse apresentado em vídeo. No que concerne às cores que poderiam caracterizar o programa os cidadãos preferiam azul e branco e transmitido através de uma linguagem simples e direta.

Serão focadas a seguir as características que cada um dos meios de comunicação social deve conter individualmente, tendo em consideração a opinião dos cidadãos no questionário:

Televisão e Rádio

Duração em televisão: 5 a 10 minutos

Duração em rádio: 2 Minutos

Animações e narrações explicando situações do dia-a-dia em que as audiências e os ouvintes possam ser expostos à desinformação, reforçando a necessidade de verificação da informação.

Jornais e Revistas

Artigos e Anúncios em: textos curtos com dicas práticas sobre como verificar a informação e identificar fontes confiáveis, desenvolvidas em 1/4 de página e com imagens acompanhar.

Meios de comunicação social digitais e Redes Sociais

Duração:30 a 60 segundos

Utilização de vídeos curtos, infográficos, e memes educativos para alcançar um público mais jovem e ativo nas redes sociais.

Possíveis formatos de apresentação do programa em televisão, rádio e no digital

- Apresentação por jornalista com locução e imagens;
- Apresentação por jornalista com convidados;
- *Vox pop*: ir à rua e perguntar diretamente aos cidadão com a locução, depois, a ajudar com as respostas certas;
- Breve explicação sobre os temas por especialistas.

De forma a perceber quais os temas que os cidadãos teriam mais interesse foram realizados 12 grupos com conceitos diferentes, onde os mais assinalados em cada um deles pelos cidadãos foram:

- O que é a literacia dos *media*?
- Diferenças entre os *media* tradicionais (televisão, rádio, jornais) e os *media* digitais.”
- O que é o jornalismo e qual o seu papel na democracia e a ética jornalística: objetividade, imparcialidade e integridade na prática jornalística;
- Como identificar e combater *fake news*;
- Como verificar a veracidade de uma notícia;
- Técnicas de manipulação mediática e como evitá-las;

- Como os algoritmos das redes sociais afetam o que vemos e lemos;
- De que forma os cidadãos podem ser responsabilizados pela disseminação de informação falsa e como os cidadãos podem ser produtores responsáveis de conteúdo;
- Como a publicidade influencia o consumo de notícias e informação e diferença entre publicidade, propaganda, conteúdo patrocinado e notícias;
- Como proteger a privacidade ao navegar *online* e nas redes sociais;
- O impacto da desinformação nas democracias e nos processos eleitorais;
- Como a forma e o formato da informação impactam o seu consumo (e.g., vídeos curtos vs. reportagens profundas);

Todavia, os cidadãos consideraram que seria importante todos os assuntos citados no questionário serem apresentados em vários episódios.

Capítulo 5: “Minutos da Literacia” - A proposta

Através dos questionários desenvolvidos foi possível constatar que os cidadãos não se encontram familiarizados com o conceito de literacia dos *media*, apesar dos já diversos projetos realizados, assim como não sabem a diferença de uma informação disponível nas redes sociais e de uma notícia, e para além disto, não sabem como verificar a sua veracidade. No capítulo anterior, discutimos os principais resultados sobre a relevância de se promover projetos de literacia para os *media* a partir de inquéritos realizados aos cidadãos (tanto o primeiro como o segundo questionário tiveram um total de 101 respostas) e entrevistas a 7 profissionais da comunicação social de diferentes meios.

Atualmente, os cidadãos acedem diariamente à *internet*, independentemente da faixa etária. Podemos dizer que somos digitais, habitamos na era digital, mas o que não podemos afirmar é que todos os cidadãos portugueses entendem o que a *internet* envolve, as consequências que os atos praticados podem ter, e quais os seus direitos e deveres no mundo virtual. A verdade é que se a informação não passar diretamente pelos cidadãos, o mais provável é não pensarem no assunto e aí nunca chegarão a compreender o que a literacia dos *media* envolve no seu todo. E a partir disto, surgem várias questões das quais: mas como esta proposta de projeto para a literacia dos *media*, direcionado para os cidadãos portugueses, através dos meios de comunicação social, pode contribuir para essa literacia necessária sendo que já existem diversos projetos nesta área? A resposta é complexa, todavia este projeto poderá ser um passo nesse sentido, através da diferença que a sua implementação diferenciada nos meios de comunicação social pode trazer.

Os profissionais de comunicação que trabalham nos meios de comunicação social entrevistados confirmam também esta necessidade de acompanhamento e mudança, da existência de novos projetos de literacia dos *media* que acompanhem a atualidade, o que reforça a pertinência desta proposta. A Fonte A afirma, quanto à realização de mais projetos de literacia dos *media*, “Sem dúvida. A desinformação, o afastamento em relação aos *media*, os riscos dos extremismos no espaço públicos, todos esses fatores justificam uma maior ativação de iniciativas de literacia mediática. Pessoas mais informadas e com pensamento crítico estão mais preparadas para intervir no espaço público. No limite, é de cidadania e de defesa da democracia que falamos quando abordamos o tema da literacia mediática”. Acrescenta, a Fonte B, “Sim. É uma missão que deveria cumprir a todos os meios de comunicação. É uma responsabilidade social”. E ainda, a Fonte C, “Sinto necessidade que não acabem, que se

transformem e se adaptem tão rapidamente como os meios de comunicação social”, pois é uma condição valorizada na sociedade que vivemos a constante evolução.

5.1 Minutos de Literacia: um programa de educação para os *media*

A proposta de programa apresentado tem como objetivo auxiliar no preenchimento da lacuna existente acerca desta temática, chegando a outros cidadãos, sendo que os projetos já implementados não conseguem chegar a todos, uma vez que na sua maioria são direcionados para contextos escolares. Assim como foi comprovado através das respostas ao questionário analisado, que serve como uma sustentação da necessidade da existência de mais projetos sobre literacia dos *media* e de como deve ser elaborado este projeto.

Ao realizar a pergunta, no quinto grupo do primeiro questionário, “Acha importante serem realizados mais projetos ligados à literacia dos *media*?”, afirmamos a origem deste trabalho, a partir da resposta positiva à existência de mais projetos pela maioria dos cidadãos portugueses inquiridos. Sendo que as fontes referiram que: “Existe ainda uma grande lacuna na sociedade nessa vertente. Por isso, é necessário projetos que os ajudem e eduquem.” (Fonte 92); entre outras, como “é necessário manter os cidadãos informados, evitando que sejam alvo das ditas *fake news* e a terem uma confiança com os próprios *media*.” (Fonte 64).

Esta proposta direciona-se a todos os cidadãos portugueses, independentemente da faixa etária. O modelo de programa proposto é dirigido a todos os meios de comunicação social em Portugal, que a possam reconhecer como uma mais-valia, atualmente.

O que é proposto neste projeto é um conteúdo desenvolvido para o setor de cada um dos meios de comunicação social, seja televisão, rádio, jornal e nativo digital, nomeado de “Minutos de Literacia”. Esta proposta servirá para dar a conhecer a uma grande parte da comunidade, de uma forma mais próxima, o que é a literacia dos *media* e o que envolve. Funcionaria da mesma maneira como outros conteúdos desenvolvidos para outras áreas.

A ideia deste projeto surgiu no seguimento de programas já realizados e que passam na televisão, com o intuito de promover um pequeno momento de aprendizagem, como por exemplo: i) o Minuto Verde, uma parceria do programa Bom dia Portugal da RTP com a Quercus, uma rubrica de 1 minuto, com o intuito aconselhar o cidadão acerca de cuidados com o meio ambiente; ii) o Minuto de Economia, desenvolvido pela SIC abordando notícias relevantes da atualidade resumidas num minuto sobre a economia de Portugal; iii) e o Minuto Seguro ACP; iv) e o *Kids*, programas de televisão passados também na SIC com mensagens sobre educação rodoviária.

No seguimento dos programas enunciados, foi realizada uma pesquisa com o objetivo de perceber se a proposta em questão é concebível e por este motivo, foi encontrado também o Minuto Digital, tratando-se de um podcast de consultoria sobre tecnologia e negócios no contexto angolano.

Contudo a proposta apresentada seria nomeada de “Minutos da Literacia”, dado que nas respostas obtidas nos inquéritos por questionário, os cidadãos indicam, maioritariamente, que um novo modelo de programa deveria ter uma duração superior a um minuto.

Este projeto está pensado para ser inserido no quotidiano dos cidadãos portugueses, através dos vários meios de comunicação e em formatos desenhados para cada um deles em específico, e assim educar os cidadãos de modo informal. A questão que se coloca para a mudança e a evolução nesta área que envolve os *media* é por que razão só realizar projetos que as pessoas se tenham de inscrever, deslocar e procurar/ pesquisar sobre, se temos já meios de comunicação social portugueses que alcançam uma audiência mais vasta e fazem um trabalho de divulgação?

Este tema deve ser uma preocupação de todos, até porque, acaba por prejudicar o trabalho dos jornalistas, sendo que, alguns dos cidadãos que não têm conhecimento sobre esta temática, acabam por especificar que quem partilha e gera a desinformação são os próprios profissionais. Assim como foi possível verificar com a resposta deste cidadão no questionário realizado para a concretização deste projeto que referiu, “sei que os *media* cada vez mais são desonestos e pouco confiáveis e sobretudo manipuladores. Hoje não acredito em tudo o que ouço na comunicação social”.

E uma pergunta que permanece é porque não esta mudança de pensamento e da implementação da literacia dos *media*, não só nos currículos escolares, como é pensado para Portugal, como também implementar nos meios de comunicação social. Este projeto tem como intuito educar os cidadãos para os temas que envolvem a literacia dos *media*, de uma forma mais próxima e através de uma linguagem simples, através dos meios de comunicação social que os portugueses acompanham diariamente, seja nas suas casas, trabalho ou até no carro.

Temas a considerar para os episódios

Através dos vários temas assinalados como importantes nos questionários realizados, foi desenvolvida a tabela seguinte, constituída por 10 ideias para episódios distintos, para utilizar em cada um dos meios de comunicação social (Ver Quadro 2).

1	O que é a literacia dos <i>media</i> ?
2	Como verificar uma informação.
3	Qual é a diferença entre notícia e conteúdo patrocinado?
4	Por que não devemos dizer <i>fake news</i> ?
5	Como realizar uma cidadania digital responsável.
6	O que são desordens informativas?
7	Como é que os cidadãos podem ser produtores responsáveis de conteúdo?
8	Por que razão uma notícia e um conteúdo da <i>internet</i> são diferentes?
9	O que são os <i>media</i> tradicionais e os <i>media</i> digitais?
10	Qual é o papel do jornalismo na democracia?

Quadro 2: 10 ideias de temas para episódios distintos

Logótipo

A imagem que será associada a este projeto foi pensada para ser simples, mas completa, de tudo o que este programa poderá envolver. O círculo simboliza o início, a perfeição, a plenitude, a união de elementos e é símbolo de movimento, assim como, uma analogia que poderá ser comparada com a sociedade que se encontra em constante mudança. A união que nos remete para que todos os meios de comunicação social se encontrem unidos e com o mesmo objetivo de combater a iliteracia dos *media*. A letra formal tem como objetivo contrariar a educação informal, que será aplicada com este projeto nos meios de comunicação. Já o monitor/

computador remete-nos para a era digital, para os nativos digitais, assim como o telemóvel, e os restantes elementos representados no visor são os meios de comunicação tradicionais onde a proposta poderá ser colocada em prática.



Figura 2 Modelo de logótipo do "Minutos da Literacia"

No que diz respeito às cores escolhidas para o logótipo deste projeto foram os tons de azul e branco conforme as preferências dos cidadãos no questionário.

Propostas para os Meios de Comunicação Social

Imprensa: Infografia

Uma infografia é um conteúdo informativo realizado de uma forma mais visual, contendo, não somente informações como também imagens alusivas que auxilia na compreensão e que é mais apelativo para quem lê. O objetivo deste conteúdo de leitura é poder ser utilizado na imprensa tradicional (preenchendo $\frac{1}{4}$ de página como assinalado pelos inquiridos) e digital. O tema desenvolvido para o exemplo de infografia são dicas para verificar a veracidade de uma notícia, uma vez que foi uma das temáticas com mais interesse demonstrado no questionário pelos cidadãos portugueses, assim como a visualização da informação com texto e imagens e sendo esta uma das dificuldades afirmada.



Figura 3 Proposta de infografia para a imprensa

Televisão: Audiovisual

A proposta de programa desenvolvido para formato de vídeo tem como objetivo chegar aos cidadãos que assistem televisão, diariamente. O tema desenvolvido para a proposta são as desordens informativas, baseado nas respostas dadas pelos cidadãos no questionário. No que concerne à duração, segundo os contributos fornecidos pelo questionário, varia entre os 5 a 10 minutos. Sendo que, este é apenas um exemplo de um episódio que poderá ser apresentado. Assim como, o Minuto Verde, aconselhado a ser divulgado em horário nobre, de modo a atingir o maior número de cidadãos possível. Neste programa, podem ser também entrevistados convidados, especialistas sobre a temática conjugando com as explicações seguintes como um ponto de partida do episódio.



Figura 5 Programa com interação de especialistas sobre literacia dos *media*

Uma informação falsa procura confundir-se com as notícias divulgadas pelos meios de comunicação com o objetivo de enganar os cidadãos, induzindo-os em erro e tirando proveito de si, seja ele económico ou outro, dependendo do intuito da informação.

As informações falsificadas aparecem em formato notícia, mas não cumprem os requisitos de uma, podem se tratar também apenas de rumores ou teorias da conspiração.

Existem 3 domínios de desordens informativas: informação incorreta, desinformação e má informação (Ver Quadro 3).

Informação Incorreta	Desinformação	Má Informação
É quando a informação falsificada é partilhada, mas não tem intenção de prejudicar.	É quando a informação falsificada é partilhada de forma consciente para causar danos.	É quando a informação é partilhada conscientemente para causar danos, e muitas vezes são informações privadas.

Quadro 3: Domínios das desordens informativas

Desta forma, evitamos que confundam as notícias difundidas pelos meios de comunicação e aquelas que são desordens informativas, partilhadas por qualquer cidadão individual ou coletivo.

Não se deixe enganar, verifique e não condicione o seu direito à verdade.

Rádio: *Podcast*

O áudio referido neste projeto tem como objetivo a versatilidade, assim como, os outros programas propostos, desde ser colocado num nativo digital, utilizado como um *podcast* e/ ou passar na rádio, sendo que este era o intuito principal do desenvolvimento deste conteúdo. No entanto, através da contribuição dos cidadãos foi perceptível que teriam interesse em um *podcast* com episódios dos vários temas que envolve a literacia dos *media* de forma mais desenvolvida e explicativa. Uma vez que o objetivo desta proposta é mostrar um conteúdo para as diversas plataformas, o desenvolvido foi mais curto e objetivo. Sendo que, por sugestão dos participantes no questionário este conteúdo deveria ter duração de 2 minutos.

O texto desenvolvido para a concretização do áudio tem como tema a Cidadania Digital, como um exemplo de apenas um dos episódios que poderá vir a ser desenvolvido, assim como, acontece nas restantes propostas, este foi outro dos temas mais enunciados pelos cidadãos, referindo que seria importante para a participação responsável em sociedade.

“Com a evolução do mundo digital e das tecnologias de informação (como os telemóveis), surgiram novos conceitos como o que será abordado, a cidadania digital. A cidadania digital é a capacidade de participar ativamente de forma responsável e segura na sociedade. É a habilidade de utilizar as ferramentas tecnológicas disponíveis para se informar e comunicar com os outros cidadãos, e beneficiando dos direitos, mas cumprindo os deveres inerentes. A importância da cidadania digital passa pela sua contribuição para o desenvolvimento pessoal e social de cada um. Por este meio, de forma consciente podem ser prevenidas fraudes, podemos proteger os nossos dados pessoais, dotar-nos de competências digitais e aplicando a liberdade de expressão de forma ativa, mas ética.

Pensem antes de partilharem as informações, confirmem as fontes e as datas. E se quiserem aprender mais e tornarem-se cidadãos digitais conscientes acompanhem os Minutos da Literacia”.

Nativo Digital

Este é o meio de comunicação social mais versátil, sendo que pode conter as características fulcrais de cada um dos tradicionais e adaptar-se uma vez que todas as propostas de modelo de programas desenvolvidos podem ser utilizadas por nativos digitais dependendo do objetivo que pretendam. Por este motivo, para este meio, e com base nas respostas dos cidadãos, de um elemento curto, com uma linguagem simples e, por exemplo, para colocar nas redes sociais, uma vez que os cidadãos as mencionaram como uma das suas preferências, foi desenvolvido o *meme* que se segue.



Figura 6 Proposta de meme sobre *fake news*

Conclusão

A forma como os cidadãos portugueses acedem à informação por meio digital acarreta tanto oportunidades como desafios. Por um lado, a facilidade de obter informações pode evidenciar uma participação mais ativa. Por outro lado, a falta de literacia dos *media* contribui para a desinformação que permanece como problema sistémico.

Embora existam e tenham já sido implementados diversos projetos de literacia dos *media* no mundo e em Portugal, com base nos resultados obtidos, este estudo evidencia não só a importância de continuarem a existir projetos para a literacia dos *media* e do jornalismo, mas também a necessidade de se criar estratégias eficazes e ativas para o combate às desordens informativas e mais especificamente à desinformação.

A sociedade em geral e os cidadãos em concreto permanecem vulneráveis às informações manipuladas, na medida em que as respostas obtidas confirmam que a grande maioria dos respondentes não sabe distinguir a veracidade de uma informação, apesar de afirmarem saber que nem tudo o que é partilhado *online* é uma notícia. Há cidadãos que confundem as informações manipuladas com os conteúdos desenvolvidos pelos jornalistas, desconfiando assim, do seu trabalho, e também conteúdos como sátiras e conteúdo patrocinado, enquanto elementos constituintes das desordens informativas, apresentam semelhanças na sua constituição com as notícias. Isto também parece suceder devido à falta de ferramentas e competências digitais por parte dos cidadãos, sendo que, na sua maioria, nunca participaram em nenhum projeto de literacia dos *media*, nem têm conhecimentos sobre que tipo de iniciativas também se realizam na sua maioria em contexto escolar e dirigidas aos cidadãos desse âmbito. Esta é também uma das principais conclusões deste estudo, apesar de a *internet* disponibilizar os recursos educativos sobre literacia dos *media*.

A falta de iniciativas que atinjam outros públicos-alvo é relevada pelos questionários, sublinhando a importância de um modelo mais acessível, enquadrando as características da sociedade atual, com uma linguagem prática e conteúdos curtos. Para além dos projetos estarem mais ligados aos ambientes escolares também são pontuais, com prazos definidos o que limita a continuidade a sua disseminação a longo prazo.

Através da realização dos questionários foi possível obter uma visão mais ampla da situação atual que os cidadãos encontram em relação à literacia dos *media*, evidenciando a sensibilização para este assunto. Com base nas sugestões dos inquiridos e também tendo em consideração as entrevistas realizadas a profissionais que trabalham nos meios de comunicação social, de forma a averiguar o seu enquadramento em relação à temática que vem a ser

apresentada, foi desenvolvida uma proposta de programa de literacia dos *media* e do jornalismo, com foco na capacitação dos cidadãos.

A proposta apresentada chama-se *Minutos da Literacia*, que resulta dos contributos dos cidadãos e das suas preferências, e visa promover a compreensão e informar quer sobre a diferença entre conteúdo falsificado e as notícias, quer educar para uma ação responsável de cidadania digital, passando por esclarecer sobre o que é e os maiores desafios da desinformação e das desordens informativas, como as chamadas *fake news*. O programa piloto inclui diversidade de formatos de apresentação para os vários meios de comunicação social: jornal, televisão, rádio e online.

O programa *Minutos da Literacia* pretende ser uma ferramenta no auxílio da educação para os *media* junto dos cidadãos portugueses e abrangendo diferentes faixas etárias, através da sua implementação acessível e contínua, propondo uma estratégia inserida no quotidiano adaptada à sociedade atual, sem exigir esforço adicional dos cidadãos. Trata-se de uma iniciativa que, independentemente da faixa etária ou da escolaridade, poderá ser inteligível, utilizando uma linguagem acessível, de forma a promover competências para uma cidadania digital responsável. Através da eliminação da publicidade, que ocupa um espaço grande nos meios de comunicação social, no canal público televisivo RTP, a inserção deste conteúdo educativo poderia ter um impacto significativo na sociedade e na formação a longo prazo, assim como é confirmado no questionário pelos respondentes.

Contudo, a realização deste projeto não foi isenta de desafios e teve as suas limitações. A dificuldade em obter respostas por parte dos profissionais dos meios de comunicação social, mais especificamente jornalistas e editores com funções de decisão, constitui-se como uma limitação, visto que esta colaboração mais abrangente poderia contribuir para um maior aprofundamento do estudo. Para além disto, apesar de inicialmente a proposta desta dissertação preconizar entrevistas presenciais e por videochamada, tal revelou-se inexecutável por parte dos profissionais que acederam responder, com a indicação de que, por uma questão de conveniência, teria de ser por e-mail, invocando que essa seria a condição para poder participar no estudo. Nesse sentido, as entrevistas realizaram-se na sua maioria através desse meio de comunicação, o que não permitiu um diálogo direto e fluído, na linha de uma entrevista semiestruturada. Tal limitou o rol de respostas. Alguns dos entrevistados e das entrevistadas disponibilizaram-se para responder a mais questões se necessário, posteriormente, tendo sucedido em alguns casos.

No que concerne à análise dos questionários, os inquiridos que contribuíram para esta pesquisa incidem na sua maioria em Portugal Continental, obtendo apenas três respostas de

cidadãos das ilhas da Madeira e dos Açores no segundo questionário, realizado com o objetivo de obter contributos para a idealização do modelo de proposta de programa.

Também inicialmente estava preconizado um alcance de, pelo menos, 200 pessoas, mas apesar da insistência, tal não se sucedeu. Apesar disso, o universo amostral fornece pistas relevantes para constatar não só a importância e a relevância de haver mais projetos de literacia dos media com maior continuidade, como alicerce pedagógico, e que justifica a criação de um programa de literacia dos *media* e do jornalismo que possa ser transversal a vários meios, numa espécie de *kit* de boas práticas.

Por fim, para futuras pesquisas, propõe-se a implementação prática deste programa, através da criação de pilotos em meios de comunicação social, com o objetivo de análise dos resultados e impacto da iniciativa na sociedade, de maneira também a testar a proposta conforme as conclusões, para informar sobre a necessidade de ajustes. Outra perspetiva futura a partir destes resultados poderá ser a constituição de um grupo de trabalho versado para formar jovens em contexto escolar que possam produzir, também, estes programas. Finalmente, propõe-se a realização de mais estudos para entender a melhor forma de sensibilizar os cidadãos de todas as faixas etárias, acerca da literacia dos *media*, dando assim continuidade a esta proposta metodológica

Referências

- Amado, J. (2013). Manual de investigação qualitativa em educação.
- Barclay, D. A. (2018), *Fake news, propaganda, and plain old lies: how to find trustworthy information in the digital age*, Rowman & Littlefield.
- Benavente, A., Rosa, A., Firmino da Costa, A., & Ávila, P. (1996). A Literacia em Portugal: Resultados de uma Pesquisa. <https://www.cnedu.pt/pt/publicacoes/estudos-e-relatorios/outros/799-a-literacia-em-portugal-resultados-de-uma-pesquisa-extensiva-e-monografica>
- Berg, B. L. (2001). *Qualitative Research Methods For The Social Sciences*.
- Brites, M., Santos, S., Jorge, A., & Catalão, D. (2017). Ferramentas Jornalísticas na Educação: Uma rádio *online* para jovens. *Sociologia, Problemas e Práticas*, n.º 84, 2017, p. 81-100. DOI:10.7458/SPP2017846102
- Cardoso, G., Baldi, V., Pais, P., C., Paisana, M., & Quintanilha, T. L. (2020). Literacia dos *media* Projetos e organizações em Portugal e no Estrangeiro. *Literacia dos media Projetos e organizações em Portugal e no Estrangeiro*. https://obercom.pt/wp-content/uploads/2020/06/Literacias_2020_Final.pdf
- Cordeiro, P. (2005). A rádio em Portugal: um pouco de história e perspectivas de evolução. BOCC.UBI. <https://www.bocc.ubi.pt/pag/cordeiro-paula-radio-portugal.pdf>
- Costa, J. (2024). Plano Estratégico Literacia Mediática https://www.pnl2027.gov.pt/np4/file/3766/PLANO_ESTRAT_GICO_LITERACIA_MEDI_TICA_24.pdf
- Difranzo, D. & Gloria-Garcia, K. (2017). “Filter bubbles and fake news”, *XRDS: Crossroads, The ACM Magazine for Students*, 23, p. 32-35. <https://doi.org/10.1145/3055153>
- Direção-Geral da Educação, (2012). Educação para a cidadania – linhas orientadoras http://www.dge.mec.pt/sites/default/files/ECidadania/Docs_referencia/educacao_para_cidadania_linhas_orientadoras_nov2013.pdf

- Egelhofer, J. & Lecheler, S. (2019). “Fake news as a two-dimensional phenomenon: a framework and research agenda”, *Annals of the International Communication Association*, 43, p. 1-20. <https://doi.org/10.1080/23808985.2019.1602782>
- Eshet-Alkalai, Y. (2004). *Digital literacy: a conceptual framework for survival skills in the digital era*. p.93-106. *Journal of Educational Multimedia and Hypermedia*, 13(1). https://www.openu.ac.il/personal_sites/download/Digital-literacy2004-JEMH.pdf
- Esteves, T. (2016). Literacia para os media - Media Lab, um projeto do Diário de Notícias. <https://run.unl.pt/bitstream/10362/20353/1/Mestrado%20-%20T%C3%A2nia%20Esteves.pdf>
- Gaudêncio, R. (2022). Público na Escola. <https://www.publico.pt/publico-na-escola/educacao-para-media>.
- Gil, H. (2019). A Literacia digital e as competências digitais para a inclusão: por uma inclusão digital e social dos mais idosos. *RE@D - Revista de educação a distância e Elearning*, 2(1), p. 79 - 96. https://doi.org/https://revistas.rcaap.pt/lead_read/article/view/22058/16234
- Guerreiro, A. D. (2018). História Breve dos Meios de Comunicação: Da Imanência Pensante à Sociedade em Rede. EDLARS. https://doi.org/https://recil.ensinolusofona.pt/bitstream/10437/9487/1/Hist%C3%B3ria%20Breve%20dos%20Meios%20de%20Comunica%C3%A7%C3%A3o%20%282%C2%AA%20Edi%C3%A7%C3%A3o%202018%29_Augusto%20Deodato%20Guerreiro%20na%20Amazon_Espanha.pdf
- Hauben, R. & Hauben, M. (1996) *The Net and Netizens: The Impact the Net has on People's Lives*. In Rohler, W. and Thompson, N. (2012) *Netizens Netbook*. p. 1-21. <http://www.columbia.edu/~hauben/book-pdf/>.
- Jaakkola, M. (2022). *Journalists as Media Educators: Journalistic Media*. *Journalism Practice*, 16(6), 1265-1285. <https://doi.org/https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/17512786.2020.1844040?needAccess=true>

Jenkins, H. (2006). *Cultura da Convergência*. ALEPH.

<https://docplayer.com.br/241643-Cultura-da-convergencia.html>

Jenkins, H. (2006). *Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21st century (Occasional paper on digital media and learning)*. The John D. and Catherine T. MacArthur Foundation.

<https://www.digitalllearning.macfound.org>

Karami, M., H. Nazer, T. & Liu, H. (2021). Profiling Fake news Spreaders on Social Media through Psychological and Motivational Factors.

<https://doi.org/10.1145/3465336.3475097>

Kovach, B. & Rosenstiel, T. (2021) *The Elements of Journalism*.

Leitura, P. N. (2021). *Mês da Literacia*. Obtido de Plano Nacional da Leitura:

<https://www.pnl2027.gov.pt/np4/mesdaliteracia.html>

Lim, W. M. (2023). “*Fact or fake? The search for truth in an infodemic of disinformation, misinformation, and malinformation with deepfake and fake news*” [Article; Early Access], *Journal of Strategic Marketing*, 37.

<https://doi.org/10.1080/0965254x.2023.2253805>

Lima, H. (2018). *O jornal de notícias: tradição e evolução para o modelo de imprensa popular*.

https://www.icnova.fcsh.unl.pt/wp-content/uploads/sites/38/2019/03/ICNOVA_NoticiasPortugal_Jornal_Noticias.pdf

Livingstone, S. (2003). *The Changing Nature and Uses of Media Literacy*.

https://www.researchgate.net/publication/251326510_The_Changing_Nature_and_Uses_of_Media_Literacy

Lopes, P. (2011). *Literacia(s) e literacia mediática*.

<https://doi.org/https://repositorio.ual.pt/bitstream/11144/195/1/literacia%28s%29%20e%20literacia%20mediatica.pdf>

Lucas, M., & Bem-haja, P. (2024) *Estudo de avaliação do efeito do “Projeto de Capacitação dos Docentes em Competências Digitais”*.

<https://digital.dge.mec.pt/sites/default/files/documents/2024/375-142768445f59be426e004ed26752c4d2.pdf>

Lucas, M., Moreira A. & Trindade, A. (2022) *Quadro Europeu de Competência Digital para Cidadãos Com exemplos de conhecimentos, capacidades e atitudes.*

<https://digital.dge.mec.pt/sites/default/files/documents/2023/237-afcfb229158fb9121960b0b96ea215d4.pdf>

Lyman, H. (1979), “*Literacy education as library community services*”, *Library Trends*, 28 (2), p. 193-217.

Lessenski, M., (2023), “*Bye, bye, birdie*”: *Meeting the Challenges of Disinformation*”. *Open Society Institute – Sofia. Media Literacy Index.* <https://osis.bg/wp-content/uploads/2023/06/MLI-report-in-English-22.06.pdf>

MILBOS (2007), *Paris Agenda or 12 Recommendations for Media Education* (Agenda de Paris ou 12 Recomendações para a Educação Mediática)

<https://milobs.pt/politica/paris-agenda-or-12-recommendations-for-media-education-agenda-de-paris-ou-12-recomendacoes-para-a-educacao-mediatica/>

Morais, C. (2013). *Investigação: Do problema aos resultados.* Bragança: Instituto Politécnico de Bragança, 10.13140/RG.2.1.2846.9927.

<http://www.ipb.pt/~cmmm/conteudos/DaInvProblema.pdf>

Nelson, J. L. & Taneja, H. (2018). “*The small, disloyal fake news audience: The role of audience availability in fake news consumption*”, *New Media & Society*, 20(10), 3720-3737. <https://doi.org/10.1177/1461444818758715>

Newman, N. (2023) *Overview and key findings of the 2023 Digital News Report.*

<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2023/dnr-executive-summary>

Nordén, L-Å., Mannila, L., & Pears, A. (2017). *Development of a self-efficacy scale for digital competences in schools.* DiVA. In *2017 IEEE Frontiers in Education Conference.* <https://doi.org/10.1109/FIE.2017.8190673>

- OberCom. (2023). *Digital News Report Portugal 2023*. https://obercom.pt/wp-content/uploads/2023/06/DNRPT_2023_Final_15Junho.pdf
- OECD. (2014). O inquérito sobre competências para adultos . https://doi.org/https://www.oecd.org/skills/piaac/Brochure_PORT_Feb%202014.pdf
- OCDE e Statistics Canada (2000), *Literacy in the Information Age. Final Report of the International Adult Literacy Survey, Otava e Paris, OCDE e Statistics Canada*.
- Patrício, M. R. (2019). Educação formal, não formal e informal. In M. J. Brites, I. Amaral & M. T. Silva (Eds.), *Literacias cívicas e críticas: refletir e praticar*. p. 105-107. CECS - Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade.
- Paisana, M., Foá, C., Vasconcelos, A., Couraceiro, P., Ferro-Santos, S., Margato, A., & Crespo, M. (2024). Uma taxonomia para a Literacia para os *Media* em Portugal - Caracterização de atores, iniciativas e linhas de intervenção. <https://ciencia.iscte-iul.pt/publications/uma-taxonomia-para-a-literacia-para-os-media-em-portugal---caracterizacao-de-atores-iniciativas-e/102515>
- Pedro, N., Santos, C., & Mattar, J. (2023). Introdução. *Competências Digitais na Educação: Uma Visão Global (Coleção Educação XXI). Competências Digitais: Desenvolvimento e Impacto na Educação Atual*. Lisboa: Instituto de Educação. p. 10-29 https://repositorio.ul.pt/bitstream/10451/59595/1/EXXI_NPedroCSantosJMattar_CompetenciasDigitais_EBOOK.pdf
- Pereira, E., Puga, P., & Azevedo, F. (2019). *A Desinformação-Contexto Europeu e Nacional*. Lisboa: ERC-Entidade Reguladora para a Comunicação Social.
- Pereira, S., Pinto, M., & Jorge, E. (2023). Referencial de Educação para os *Media*. <https://cidadania.dge.mec.pt/sites/default/files/pdfs/referencial-epm-versaoatualizada-12dez2023.pdf>
- Pereira, S., Pinto, M., Madureira, E., Pombo, T., & Guedes, M. (2014). In Santos, L., & Pedroso, J. *Referencial de Educação para os Media*. Ministério da Educação e Ciência.

- Sousa, F. (2023). Exclusão e literacia digital: Acesso e competências dos estudantes no acesso à informação durante a pandemia de COVID-19 https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/45753/1/FLAVIA_SOUSA.pdf
- Sousa, J. P., & Lima, H. (2020). História do jornalismo em Portugal: proposta de periodização. *Revista Brasileira de História da Mídia*, São Paulo, 9(2), p. 171-190. <https://doi.org/https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/133352/2/454360.pdf>
- Tomé, V. (2021). Literacia dos *Media* - RTP. <https://ensina.rtp.pt/explicador/literacia-dos-media/>
- UNESCO (2023). *Global Media and Information Literacy Week* <https://www.unesco.org/en/media-information-literacy-week/youth-agenda-forum-2023>
- Van Deursen, A., Helsper, E. J., & Eynon, R. (2014). *Measuring Digital Skills. From Digital Skills to Tangible Outcomes project report*. <https://www.oii.ox.ac.uk/research/projects/?id=112>.
- Wardle, C. & Derakhshan, H. (2018) *Module 2: Thinking about 'Information Disorder': Formats of Misinformation, Disinformation, and Mal-information. Journalism, 'Fake News' & Disinformation, United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*, p. 44-56 https://unesdoc.unesco.org/in/documentViewer.xhtml?v=2.1.196&id=p::usmarcdef_0000265552&file=/in/rest/annotationSVC/DownloadWatermarkedAttachment/attach_upload_b32bbe07-ead-4498-8d19-f4e32251a6d7%3F%3D265552eng.pdf&locale=en&multi=true&ark=/ark:/48223/pf0000265552/PDF/265552eng.pdf#%5B%7B%22num%22%3A93%2C%22gen%22%3A0%7D%2C%7B%22name%22%3A%22XYZ%22%7D%2C16%2C812%2C0%5D

Apêndices

1. Guião e respetivas respostas da entrevista aos meios de comunicação social

Perguntas	Meios de Comunicação						
	Jornal de Notícias (Fonte A)	Notícias ao Minuto (Fonte B)	Rádio Comercial (Fonte C)	RFM (Fonte D)	Público (Fonte E)	Porto Canal (Fonte F)	RTP (Fonte G)
1. Há quanto tempo trabalha neste meio de comunicação?	Nestas funções, desde novembro de 2014. Antes disso, tive uma outra passagem pelo “Jornal de Notícias” entre 1998 e 2009, na redação de Lisboa.	Estou no Notícias ao Minuto desde 2012, há quase 11 anos.	Trabalho em rádio há 19 anos. Na mesma empresa há 13 anos (apesar da empresa ter mudado de acionistas há um ano).	Na RFM novamente apenas há 3 meses, mas trabalho em rádio há 37 anos.	No público há 7 anos e meio, desde janeiro de 2017.	Estou a dirigir o Porto Canal há 3 anos. Entrei em março de 2021.	Há 30 anos.
2. Quais	Fui	Comecei	Sempre	De 1991 a	Dentro do	Fui Diretora	Fui durante

<p>foram os cargos que executou nesta empresa ?</p>	<p>jornalista em diversas secções e editora também em três secções diferentes.</p>	<p>como jornalista e, após poucos meses, fui convidada para assumir funções como de editora geral, cargo que mantenho até hoje.</p>	<p>jornalista . Dentro dessa função, já fui editor, coordenador, chefe de redação e diretor de informação.</p>	<p>1999 fui operador de Rádio Difusão, Assistente de Produção e Assistente de Realização, voltando agora em 2024 para ser Diretor Adjunto.</p>	<p>público foi sempre jornalista, agora eu para além de jornalista sou professor universitário também.</p>	<p>Adjunta do Porto Canal durante 2 anos e sou Diretora de Informação desde março de 2023.</p>	<p>muitos anos jornalista da rádio, depois fui diretor de informação e depois passei para a parte de multimédia e lancei o EnsinA, que é o portal de educação da RTP, com uma equipa pequena a buscar conteúdos que pudessem interessar as escolas, e desde há 6 meses sou o responsável pela educação onde esta a literacia mediática e sou também responsável pela</p>
--	--	---	--	--	--	--	--

							atualidade jovem, cujo objetivo é criar notícias para os mais novos.
3. Para si o que a literacia dos media?	É o conjunto de ações e recursos que ajudam os cidadãos a compreender os <i>media</i> e sobretudo a relacionar-se com eles, aprendendo a reconhecer e valorizar sites credíveis e a selecionar as suas próprias fontes de informação.	Literacia dos <i>media</i> prende-se com o grau de conhecimento, compreensão e preparação dos cidadãos para se relacionarem com os órgãos de comunicação social. No fundo, trata-se de um conjunto de competências que permitem	A capacidade de aceder e utilizar os meios de comunicação social com espírito crítico e seguro.	É a forma como os cidadãos comuns conseguem interagir com os meios de comunicação	Bem para mim literacia dos <i>media</i> é quando nós conseguimos, aliás quando as pessoas conseguem interpretar bem o que estão a consumir a partir dos <i>media</i> , ou seja, quando percebem claramente o que é um órgão de comunicação social, o	É a capacidade que os cidadãos têm para lidar com os <i>media</i> , ou seja, a informação que dispõe sobre a comunicação social e o espírito crítico que desenvolvem nas mensagens veiculadas pelos meios.	A Literacia dos Media é a descodificação do discurso midiático todo. Uma resposta sumária seria esta, mas depois como é que esta descodificação se faz já é tema para conversa bastante mais larga. Portanto é permitir às pessoas perceberem como é que devem

		fazer uso dos meios de comunicação social com uma lupa crítica.			que não é um órgão de comunicação social, que tipo de conteúdos tem um órgão de comunicação social, sabem distinguir entre textos de opinião e notícias e portanto, ter a literacia dos media é ter o conhecimento necessário para conseguir entender este mundo dos media. Acho que é para mim, é nessa esfera que		utilizar os media, ou seja, desde as condições de produção até à descodificação do discurso até à narrativa até ao <i>storietelling</i> se as pessoas perceberem tudo isto terão um conhecimento o melhor do que é o discurso dos media.
--	--	---	--	--	---	--	--

					vejo as coisas.		
4. Conhece ou já participou ou em algum projeto de literacia dos media?	No grupo temos, por exemplo, o <i>Medialab</i> , e também no JN temos alguns projetos vocacionados para a literacia mediática.	Conheço alguns projetos, mas nunca participei em nenhum.	Num projeto formal, não.	Não	Sim, eu ensino alunos do 3º ciclo, do ensino básico e do ensino secundário a entender melhor os media. Sim eu faço parte daquele projeto do ministério da educação, "Associação para a literacia dos media e jornalismo". Portanto, eu faço formações em escolas e tento	Já conheci alguns projetos de instituições que desenvolveram ou desenvolvem a temática de literacia financeira, mas, na maioria dos casos são pouco divulgados junto da comunicação social.	O ensino que é o portal da educação da RTP tem vários conteúdos que se enquadram na literacia dos media. O ensino que eu lancei há 10 anos e que está muito nas escolas do básico e do secundário, têm sobretudo uma recolha de materiais que a RTP na rádio e na televisão tem e que podem ser úteis para as

					<p>sempre mostrar aos alunos o que é que no fundo são os media, como é que nos funcionamos, como é que nós conseguimos encontrar as nossas notícias, qual é que são as diferenças entre opinião e jornalismo, em todas estas questões e para além disso nas minhas aulas também sou professor</p>	<p>escolas, mas também para o público em geral. Portanto, o público em geral também lá pode ir informasse (4:35) tem uma área de educação para os media e lá dentro há várias coisas de educação mediática e nós há 3 anos, antes da pandemia, nós contactamos com a associação dos jornalistas, uma associação relativamente recente,</p>
--	--	--	--	--	---	--

					<p>nesta área das ciências da comunicação e do jornalismo, e também obviamente ensino os meus alunos a perceber um bocadinho como é que esta área funciona.</p>		<p>Associação Literacia para os Media e Jornalismo, eles construíram para nós em texto e em vídeo exatamente sobre literacia para os media e isso está disponibilizado no site. Este é o projeto mais relevante, depois poderia aqui enquadrar tudo aquilo que é contacto com escolas e instituições que ao longo da minha carreira também participei</p>
--	--	--	--	--	---	--	---

							várias vezes a explicar um bocadinho, a forma de funcionamento da rádio.
5. Em que medida a literacia dos <i>media</i> é uma preocupação permanente e que deveria ser mais esclarecida?	Deveria merecer mais atenção por parte dos nossos decisores públicos, já que a informação é hoje omnipresente nas nossas vidas, mas nem sempre todos os cidadãos têm conhecimento suficiente para lidar com essa torrente e para se	A literacia dos <i>media</i> deveria ser objeto de uma preocupação mais profunda, não raras vezes acaba por ser negligenciada.	A literacia dos <i>media</i> é um tema que apareceu com o surgimento também dos <i>media</i> . A entrada dos “novos” meios de comunicação social, obrigando a mudanças nos meios	Não sei, penso que não é uma preocupação permanente, pelo que acho que o assunto não está esclarecido, aliás perante este questionário fui obrigado a pensar e pesquisar para saber dar respostas.	Eu acho que começa a ser uma preocupação permanente e para os próprios <i>media</i> , porque há uma sensação de grandes desconhecimento da parte de quem nos lê, ouve ou vê em relação ao nosso trabalho e aquilo em que	Sem dúvida que falta informação aos utilizadores e recetores de mensagens que chegam via comunicação social. A questão da literacia dos <i>media</i> ganha prioridade, quando vemos crescer no contexto digital determinado s conteúdos que não qualquer tipo	Eu acho que não é uma preocupação permanente, nem sequer está identificado pelo público como uma necessidade. Mas eu acho que deveria ser principalmente nos dias de hoje que estamos inundados de conteúdos. Eu tenho uma dúvida particular no que diz respeito às

	<p>moverem em segurança no meio dela.</p>		<p>tradicional, fez notar ainda mais os problemas de iliteracia dos <i>media</i>, mas não só. Tal como qualquer iliteracia, deve-se trabalhar para o esclarecimento.</p>		<p>consiste o nosso trabalho. Está muito associado àquele descrédito que tem acontecido nos últimos anos em relação aos próprios órgãos de comunicação social àquela falsa ideia de que andamos a tentar manipular as pessoas e que no fundo deixamos de ser críveis e, portanto, acho que começou a existir nos últimos</p>	<p>de filtro e que podem ser enviesados.</p>	<p>"fake news", eu não sei se as pessoas querem assim tanto saber ou se algumas encaram mesmo como um divertimento andar a trocar "fake news". Até porque é assim, os estudos mostram que os maiores trocadores de "fake news" são as pessoas mais velhas, o que não deixa de ser curioso. Não forçosamente iletradas e portanto, assinalo essa curiosidade. Acho que</p>
--	---	--	--	--	--	--	---

					<p>anos uma maior procura por parte dos próprios órgãos de comunicação social de esclarecer as pessoas sobre o que se passa ao certo nesta área. Como é que nós conseguimos os as notícias, como é que nós conseguimos os, quais é que são as diferenças nos vários tipos de texto, os vários tipos de conteúdos. Agora especificamente em</p>		<p>estamos num mundo que mudou muito, eu sou, fui um comprador de jornais durante muito tempo, jornais em papel, jornais foram acabando e hoje os números são muito baixos e portanto, eu acho que hoje, talvez fosse necessário começar nas escolas. É certo que em cidadania há aqui esta área de educação para os media e há aqui alguns</p>
--	--	--	--	--	--	--	---

					<p>relação as pessoas, à nossa audiência, eu sinto que nas escolas à uma tentativa por parte de alguns professores de tentar mostrar isso mesmo, ou seja, quais é que são as diferenças entre os vários tipos de <i>média</i> <u>media</u> ou entre os vários formatos nos fundo para que os miúdos, a quem são aulas tenham</p>	<p>projetos de literacia mediática, mas muitas vezes isto é uma área opcional ou são trabalhos opcionais que não está na maior parte das escolas esta área e eu acho que fazia sentido que estivesse. E portanto, acho que as pessoas não têm noção de que isso é necessário, mas eu acho que era mesmo necessário.</p>
--	--	--	--	--	--	---

					<p>mais conhecime nto dentro desta área. Agora a questão é que há uma geração que foi formada sem literacia dos média e que esta geração infelizment e não tem procurado ativamente mais informação sobre isto e é para esses que agora temos de dirigir a nossa atenção, porque efetivamen te nos temos um problema</p>	
--	--	--	--	--	--	--

					<p>de interpretação dos próprios média por parte de uma geração já de pessoas adultas e mais velhas que tiveram pouco conhecimento ou pouca formação sobre esta área e que lidam hoje com uma enorme multiplicidade de meios. Portanto quando antigamente e falávamos de uma era pré internet</p>	
--	--	--	--	--	---	--

					esse problema apesar de existir não se colocava da mesma forma porque parecendo que não o universo de produtos a consumir era muito menor e agora o problema é que muitas vezes essas pessoas estão mais sujeitas a caírem na informação falsa em não saberem interpretar uma determinad a notícia ou a não conseguire	
--	--	--	--	--	--	--

					m perceber o que que é um órgão crível e um que não é credível.		
6. Quais as iniciativas ou projetos de intervenção que este meio de comunicação social já realizou ou realiza no âmbito da literacia mediática?	<p>Temos vários exemplos, mas destacaria dois. Um deles é o projeto JN TAG, um título direcionado para o público infantojuvenil que aborda temas de atualidade com uma linguagem adequada para crianças e</p>	<p>Até ao momento, o Notícias ao Minuto não realizou nenhuma iniciativa ou projeto de intervenção no âmbito da literacia mediática.</p>	<p>De forma formal, nenhum. De forma informal, todos os dias, nas diversas plataformas onde trabalhamos. Tornar a mensagem mais clara e credível, ser o mais clarificador possível, sem</p>	<p>Não tenho informação para responder uma vez que acabei de chegar a RFM.</p>	<p>“P Superior” e “Público na Escola”</p>	<p>Procuramos ser esclarecedores e explicativos nos nossos trabalhos jornalísticos, seja no online, seja nas emissões de televisão.</p>	<p>Nós vamos começar agora a ter aqui... porque o que acontece na RTP, ao longo do tempo, é que teve muitas iniciativas que estavam desconectadas entre si e portanto o meu papel agora vai ser dar alguma coerência a essas várias iniciativas. E que passaram muito por</p>

	<p>adolescentes dos 8 aos 13 anos, e que procura contribuir para formar novos leitores e os aproximar de informação mediada e verificada. Além de um site (tag.jn.pt), o JN TAG tem quatro páginas dedicados aos mais novos todas as semanas na revista Notícias Magazine.</p> <p>Um outro projeto, chamado JN Todos, decorreu durante dois</p>		<p>enganar ou pretender enganar ninguém. Chama-se transparência.</p>			<p>um lado, por ir a escolas, ir a instituições e pelo contacto direto, ou com público ou com académicos ou com professores e falar um bocadinho sobre este tipo de temáticas. Isso eu diria que ao longo dos anos foi aquilo que foi mais presente e mais contínuo. Depois temos aqui muito mais coisas, tivemos programas ligados à educação</p>
--	---	--	--	--	--	--

	<p>anos no concelho de Gaia e contemplou, entre outras ações, sessões de leitura acompanhada e debates em torno do jornal, suscitando a reflexão sobre as notícias e sobre a sua produção.</p>						<p>para os media, mas posso-te dizer que por exemplo na rádio, mais recente o "ouvido crítico". Nós temos também, vai de encontro ao Ensina, que são protocolos com o ministério da educação de alguns conteúdos que eles têm e que também estão aqui. Por exemplo temos aqui uma coisa que já lá vai alguns anos, que é de 2012, que são os nativos</p>
--	--	--	--	--	--	--	--

						<p>digitais e que também toca bastante a parte da literacia mediática e temos muito mais. Eu diria que é assim, as visitas de estudo à RTP, também entram de alguma maneira nesta questão de literacia mediática, porquê? Porque os alunos que aqui veem, eles vão ter um contacto com o meio, e podemos enquadrar de certa forma isso, porque há aqui uma</p>
--	--	--	--	--	--	--

							explicação sobre o processo reprodutivo que é sempre também interessante. Literacia Mediática é um mundo!
7. Qual pensa ser o trabalho dos jornalistas no âmbito da literacia dos media?	Embora essa não seja a sua tarefa prioritária e muito menos exclusiva, muitos jornalistas são hoje agentes empenhados nessa questão, participando em projetos, workshops e ações dinamizadas junto de	Os jornalistas devem ter um papel ativo no sentido de salvaguardarem a absoluta transparência das práticas jornalísticas, sendo agentes de esclarecimento e pautando-se sempre pelo rigor informativo	O trabalho do jornalista é de esclarecer, noticiar, informar, oferecer informação que leve o ouvinte/telespectador a poder ter espírito crítico perante a matéria.	O trabalho dos jornalistas é fundamental pois quem melhor do que eles para defenderem a sua profissão.	Eu acho que sim e muitas das vezes o que acontece também é que os próprios cidadãos falam connosco, mandam-nos e-mails e muitos acabam por ficar sem resposta é isso acaba por ser um pouco frustrante para o	Temos um papel determinante na explicação de conteúdos noticiosos em diversos planos: entrevistas, com recurso a especialistas, grafismos, reportagens, etc.	Eu acho que é um bocadinho o trabalho que temos vindo a fazer e aquilo que gostaria muito de desenvolver, que é envolver as pessoas no conhecimento da forma como se produzem as notícias e já agora os programas, não é só notícias,

	<p>públicos específicos. Destaco particularmente a interação com as escolas, em que os jornalistas são muito solicitados.</p>	o.	<p>Perante isso, e se aplicar as várias regras a que um jornalista está obrigado, está já trabalhar para a literacia dos <i>media</i>.</p>		<p>cidadão, e, portanto, efetivamente nós temos de criar uma melhor relação com os leitores e com as nossas audiências e isso passa por um contacto mais direto, que seja mais próximo também de quem nos lê, ouve ou vê. Eu acho que essa estratégia era uma boa estratégia agora se isso resolveria a falta de</p>		<p>todos os programas, toda esta máquina, porque que as coisas são feitas de determinada maneira e ajudar o público a perceber também as notícias. Acho que esse é um caminho que nós podemos prosseguir. Nós nunca tivemos arredados disso pelo contrário até por exemplo temos aqui aberto as portas para além, das visitas de estudo a pessoas distintas que</p>
--	---	----	--	--	--	--	---

					<p>literacia da população portuguesa não, mas atenuava de certeza, ou seja, o facto de mostrares disponibilidade para esclarecermos dúvidas, eu acho que até ia obviamente e uma eventual falha.</p>		<p>veem no dia da rádio fazer visitas às instalações e falar com jornalistas ou com pessoas que produzem conteúdos, portanto nós temos feito esse papel, acho que é provavelmente isso hoje também já não chega, teremos de usar redes digitais e tudo isso, e ter aqui um programa mais completo que permita às pessoas ter essa noção daqui de uma série de fatores</p>
--	--	--	--	--	--	--	---

							que levam a escolher por exemplo determinada s notícias ou a ordená-las de determinada forma. Pronto acho que isso seria interessante.
8. Tendo em conta a sociedade e da cultura de convergência onde habitamos, como pensamos que poderiam ser diminuídas ou até	O conceito de convergência pode levantar questões complexas sobre o dissenso e julgo que deve ser problematizado, mas focuemos na questão das desordens informativa s. Não creio	Na maior parte dos casos, a desinformação que circula - sobretudo nas redes sociais - resulta de fenómenos alheios ao trabalho desenvolvido nas redações. Diria que, nos dias que	Pergunta de difícil resposta e acho que não tenho nenhuma fórmula mágica. É um caminho que pode ser longo e dificilmente com esse final de “extinção	Se formos proactivos e conscientes na ação, poderemos ter melhor comunicação.	Eu percebo também que é muito frustrante para uma determinada geração que tem mais dificuldade em assinar um jornal ou em consumir outro tipo de jornalismo e por isso acaba por	Esta pergunta não tem uma resposta óbvia nem simples. Creio que a criação de organismos de supervisão e leis poderiam ajudar, mas tudo é insuficiente quando temos uma dimensão	Espero que não, porque acho que só com medidas sensórias é que isso será possível. Eu não vejo que haja aqui mecanismos regulatórios, um <i>big brother</i> , que haja uma censura permanente sobre as notícias.

<p>mesmo extintas as desordens informativas?</p>	<p>que seja possível a extinção, embora possa haver uma maior capacidade de barramento (com equilíbrio, sempre com cuidado na construção do edifício legislativo relativo a mecanismos de verificação e à responsabilidade dos gigantes de comunicação, dado o risco de cairmos em soluções censórias). Parece-me que o maior investimento</p>	<p>correm, é quase impossível estancar a disseminação de informação falsa. Não obstante, uma aposta consistente na educação para os <i>media</i>, por um lado, ajudando a afinar o critério dos cidadãos por forma a saberem filtrar informação credível; a promoção de boas práticas jornalísticas, por outro;</p>	<p>”. Sempre houve e, acho que podemos dizer, sempre haverá. O importante é esclarecer cada vez mais as pessoas para a necessidade de se procurar meios credíveis. As tais “desordens informativas” funcionam como vírus. Dificilmente se eliminam os vírus,</p>		<p>ficar alguma frustração face ao jornalismo e acaba por não consumir. Eu acho que deviam haver outro tipo de políticas de incentivo aos media por parte do estado e tudo que promovam a compra de assinaturas como benefícios fiscais, elas já existem mas deviam ser melhor aplicadas e havendo uma maior facilidade</p>	<p>infinita, criativa e que se auto-reinventa como a internet. Parece-me que será impossível, mas criar essas estruturas de acompanhamento e monitorizar as redes sociais, em especial, poderá ser uma progressão.</p>	<p>Agora o que talvez tenha que acontecer, por exemplo, estou aqui a pensar, já não é uma parte que nos fornecemos, mas das conversas dos chats que vêm do público, eu acho que às vezes não há um conhecimento muito correto das pessoas que fazem comentários, das implicações de que certas conversas têm, isto é, a forma como certas</p>
---	--	---	--	--	---	--	---

	<p>o deverá estar do lado do recetor. Quanto mais tivermos capacidade para escolhas conscientes, mais facilmente começam os a sair do grande vórtice, em que tudo – verdadeiro ou falso – circula a alta velocidade e de forma aparentemente indistinta. Este é um caminho demorado, que exige mudanças de</p>	<p>além de uma resposta mais musculada das próprias plataformas onde circulam ‘fake news’ poderiam contribuir para neutralizar as desordens informativas.</p>	<p>procuram -se medicamentos e que perca força.</p>		<p>de acesso dos cidadãos aos media eu acredito que as coisas podiam ser um bocadinho mais atenuadas, ou seja, se as pessoas não sentissem que os media são um bem de luxo e que não há necessidade de pagar por eles e que as notícias chegam de borla de alguma maneira isso também atenuaria a</p>		<p>pessoas comentam as notícias permite haver consequências judiciais para esse tipo de comentários e isso se calhar não tem acontecido tão intensamente e em Portugal como deveria ter acontecido. Acho que não vale tudo e acho que quem faz, por exemplo, quem difunde notícias falsas com determinados objetivos</p>
--	--	---	---	--	---	--	--

	<p>pensamento . Começando , desde logo, pela valorização da informação verificada, base a partir do qual poderemos educar e alterar comportamentos no consumo.</p>				<p>distância que existe entre quem produz a informação e quem a consome, porque muitas das vezes o que acontece hoje é que as pessoas não querem assinar porque acreditam que o produto não vale a pena, porque? Porque eu vou estar a dar três ou quatro ou cinco euros e depois eu vou conseguir ler esta notícia de</p>		<p>tenha que ter uma maior penalização. Agora haverá sempre a propagação de outro tipo de notícias que não são devidamente verificadas, acho muito difícil que isso não aconteça. Porque no mundo que vivemos hoje, ainda para mais havendo aqui influências de fora para dentro, eu acho que estamos muito longe de ter mecanismos que defendam e,</p>
--	--	--	--	--	--	--	---

					<p>borla mais cedo ou mais tarde ou algo que venha em substituição da mesma. E portanto era muito importante que essa barreira que existe ainda de custo no acesso à informação fosse tendencialmente suprimida. Não sei bem como isto tudo é uma pergunta para um milhão de dólares obviamente, mas, eu sinto que</p>	<p>portanto, vai ser muito difícil, a tua pergunta era sobre a desordem informativa, eu acho que a desordem é combatível, mas não é um combate que se possa ganhar.</p>
--	--	--	--	--	--	---

					temos alguns problemas no acesso especialmente no meio <i>online</i> porque as pessoas muitas das vezes batem contra <i>pay walls</i> e não querem pagar.		
9. Qual pensa ser o papel da literacia dos <i>media</i> e que papel poderiam ocupar os meios de comunic	Os <i>media</i> são parte ativa e têm demonstrado empenho, mas não têm por si só condições (de recursos humanos e financeiras) para assumir projetos de	Acaba por responder na pergunta anterior.	Tal como já referi, a discussão não é nova. Os meios de comunicação social têm normas, regras e legislação que têm	O ensinar e aprender prepara os cidadãos para aprenderem a interagir com os <i>media</i> , nos <i>media</i> .	Isso é uma ótima questão! Nós por exemplo no público temos projetos dirigidos para crianças e jovens o “Público na Escola” e o “P	Parece-me que já respondi a esta questão. Mas acrescento que, de acordo com estudos publicados nos últimos anos, Portugal precisa de ver	Digamos, há aqui uma parte que é a parte da música, se falarmos de rádio ou televisão, programas de entretenimento. Eu sou do serviço público há 30 anos e

<p>ação perante este conceito ?</p>	<p>larga escala. É um compromisso com impacto social que deve ser avaliado por decisores públicos e instituições credíveis, numa partilha de responsabilidades que nos congregue coletivamente.</p>		<p>que seguir. Se não seguirem, têm que ser penalizados. Se forem transparentes, tal como é pedido, não haverá riscos graves.</p>		<p>Superior” tentam fazer um pouco essa tarefa, ou seja, tentam mostrar a alunos qual é o papel dos média quer seja no caso do público na escola partindo os executar jornais escolares através de contactos com jornalistas do público. Portanto este papel acho que é muito bem a segurado pelo “Público na Escola” ainda que o</p>	<p>aumentadas as competências dos cidadãos no relacionamento com os media.</p>	<p>acredito muito no serviço público, ser sérios. Ser sérios parece-me o primeiro ponto de partida, ser sério não ser enganosos e isso vale para jornalismo, vale para programação, ser transparentes. O mais transparente possível para o nosso público e o mais disponíveis possível para explicar ao público aquilo que estão a ver ou a ouvir de forma que</p>
--	---	--	---	--	---	--	--

					<p>problema tenha as suas limitações no que toca a abrangência nacional. Nós não podemos chegar a todas as escolas infelizmente. No que toca ao ensino superior ou ao “P Superior” eu sinto que também já conseguimos através de assinaturas gratuitas, através das várias conferências que damos nas</p>	<p>seja absolutamente clara. Acho que esse é o nosso papel principal e depois envolver-nos exatamente em programas que permitam ao público conhecer-nos por dentro. Temos feito um bocadinho disso, mas temos de fazer mais.</p>
--	--	--	--	--	---	--

					<p>universidades chegar a outro tipo de público que começa a entender melhor o papel dos média e também é um público com outro tipo de formação superior, pronto que tem outro tipo de conhecimentos. Agora a passar essa margem é que é mais difícil, passar essa limitação que temos. Porquê? Porque efetivamente temos</p>	
--	--	--	--	--	---	--

					<p>um grande problema de chegar a outro tipo de pessoas e essas pessoas consumido res média à la carte, ou seja, ora vêm uns títulos do público, ora vêm uns títulos da bola ora vêm outras coisas que lhes aparecem à frente nas redes sociais, ora comentam sem ler. Eu acho que para os meios de comunicação social chegarem a essas</p>	
--	--	--	--	--	---	--

					<p>peessoas era mesmo preciso haver mais incentivos também para a formação nesta área. É muito difícil nós obrigarmos pessoas que já se sentem formadas a terem formação numa área do qual não nutrem particular interesse. Mas eu acho que os jornalistas deveriam estar mais disponíveis também para esclarecer as dúvidas</p>	
--	--	--	--	--	--	--

					dos leitores. Eu acho que por exemplo uma boa maneira de nós conseguirmos ajudar a esta literacia dos média é uma vez por mês estarmos disponíveis para responder as questões dos leitores organizarmos uma espécie de <i>call</i> em que eles podem fazer perguntas.		
10. Sente	Sem	Sim.	É Sinto	Sim, para que se possa	Eu acredito que já	Todos os projetos que	Há sim, sem dúvida. O

<p>necessidade de existirem mais projetos nos meios de comunicação ligados à literacia dos <i>media</i>? Porquê?</p>	<p>dúvida. A desinformação, o afastamento em relação aos <i>media</i>, os riscos dos extremismos no espaço públicos, todos esses fatores justificam uma maior ativação de iniciativas de literacia mediática. Pessoas mais informadas e com pensamento crítico estão mais preparadas para intervir no espaço público. No limite, é de cidadania e de defesa da</p>	<p>uma missão que deveria cumprir a todos os meios de comunicação. É uma responsabilidade social.</p>	<p>necessidade que não acabem, que se transformem e se adaptem tão rapidamente como os meios de comunicação social.</p>	<p>fazer um combate a desinformação ou mesmo uma melhor compreensão da <i>media</i>.</p>	<p>existam alguns que fazem o seu papel, mas obviamente que este tipo de projetos nunca são de mais porque chegam sempre a pessoas diferentes, a faixas etárias diferentes e isso acaba por ser um bom investimento. É claro que investir em literacia dos <i>media</i> não é algo que tenha um retorno imediato, é um</p>	<p>visem esclarecer os cidadãos são fundamentais e devem ter destaque. Ganham os próprios órgãos de comunicação social e a sociedade.</p>	<p>problema é que os órgãos de comunicação não foram construídos exatamente para isso, e portanto, têm dificuldade, num mundo que lhes tem apertado muito as fontes de rendimento. E eu estou aqui por exemplo a pensar nos jornais, basicamente não vendem, como vendiam, e num mundo em que há cada vez mais concorrência, e, portanto, se fazes um</p>
---	--	---	---	--	--	---	---

	<p>democracia que falamos quando abordamos o tema da literacia mediática.</p>			<p>bocadinho, como eu costume dizer, como fazer <i>podcasts</i> portanto, nós quando fazemos um <i>podcast</i> estamos oferecere-lo gratuitamente as pessoas e não pelas pessoas ouvirem o podcast que se tornam assinantes do jornal, mas um dia mais tarde quando tiverem outro tipo de condições financeiras ou quando</p>	<p>produto se ter pior qualidade, e tens mais concorrência o quê que vai acontecer? Vais perder leitores, se vais perder leitores vais perder rendimentos. Então como é que é legítimo também à sociedade pedir aos jornalistas que também façam essa parte. Nós estamos aqui num momento absolutamente critico no jornalismo que é as pessoas deixaram de pagar por</p>
--	---	--	--	---	--

					<p>ganharem uma fidelização maior ou um determinado produto se tiverem de assinar um jornal vão assinar aquele com os conteúdos de que gostam e eu espero que nesse dia as pessoas valorizem o conteúdo que lhes foi oferecido durante este tempo todo. E, portanto, também é um bocadinho por aí, ou seja,</p>	<p>notícias, ou muitas pessoas deixaram de pagar por notícias e as notícias são um bem da democracia e isto vai ter de se resolver, não tem alternativa se não se resolver. Portanto as pessoas vão ter de pagar por notícias, porque se não pagarem por notícias vão ter relações fracas e vão ter notícias de pior qualidade e vão ter menos investigação e vão ter</p>
--	--	--	--	--	---	---

					<p>valorizar o nosso conteúdo, mostrar-lhes aquilo que nós fazemos, como fazemos o nosso trabalho e esperar que um dia mais tarde do outro lado haja uma valorização que permita também que nós consigamos entrar para tirar algum lucro desse investimento inicial que fizemos na formação de uma</p>	<p>investigações menos profundas, vão ter menos correspondentes. É uma máquina que fica muito entorpecida e muito danificada, portanto acho que enquanto a sociedade não entender que tem que pagar pelo jornalismo de qualidade e que isso é um bem da democracia nós estamos aqui numa situação muito complicada.</p>
--	--	--	--	--	--	---

					geração para perceber o que é isso dos media, como é que nós funcionamos e tudo mais.		
11. Alguma ideia para pôr em prática em relação à literacia dos media?	<p>Temos algumas ideias para aprofundar a relação entre o TAG e as escolas ou para promover formatos de verificação de factos, mas os recursos condicionam essa aposta. Continuaremos a procurar</p>	<p>Em concreto, não. Mas a reflexão a que estas perguntas obrigou pode ter contribuído para que alguma ideia se venha a desenhar em breve – quem sabe uma rubrica dedicada ao tema.</p>	<p>Reforçar a formação em Literacia dos <i>Media</i> nos currículos escolares.</p>	<p>Acho que há muito a ser explicado, pois nos dias de hoje com a quantidade gigante de informação com que somos literalmente bombardeados diariamente, é urgente termos melhores ferramentas para saber</p>	<p>Que eu saiba neste momento só mesmo o “P Superior” e “Público na Escola” eu acho que não há mais, pelo menos que eu esteja a par, ou seja, pode existir algum embrião ligado a alguma ideia nesta</p>	<p>A principal ideia que defendo é colocar o tema nas escolas num lugar de relevância entre os conteúdos curriculares.</p>	<p>Eu posso dizer já o seguinte, eu acho que não faz sentido a RTP estar em dezenas de pequenos projetos, eu prefiro que a RTP, mas repito, não sei se isto será possível, e não sei que projeto essa decisão não está tomada. Eu preferia que a RTP</p>

	<p>financiamentos e parcerias virtuosas que nos permitam fazer esse caminho.</p>	<p>Obrigada!</p>		<p>fazer escolhas.</p>	<p>fase, alguma das equipas, mas ainda não passou para além dessa mesma equipa, portanto, eu não estou a par de qualquer nova ideia nessa área.</p>	<p>tivesse a iniciativa, mesmo que fosse em parceria, de um projeto que tivesse um impacto real sobre a sociedade. Portanto não múltiplos projetos, mas de um só projeto que pudesse ser útil e se calhar um projeto de 1 ano, 2 ou 3 ou seis meses e depois terá que mudar e será um outro projeto a seguir, não faço a mínima ideia, mas não sou muito favorável a</p>
--	--	------------------	--	------------------------	---	--

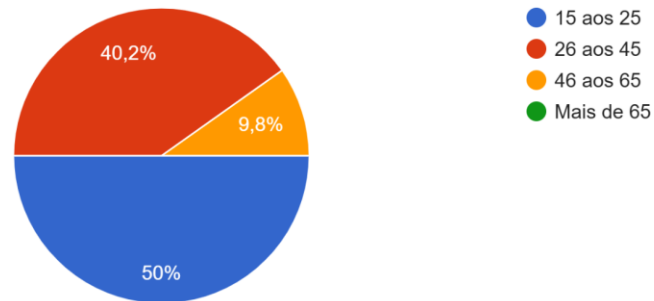
							ter múltiplos projetos que não trazem nada de muito novo. Portanto olha daqui a 6 meses liga-me e eu digo-te.
--	--	--	--	--	--	--	---

2. Questionário realizado aos cidadãos portugueses para a investigação e respetivas respostas numeradas

Serão necessários mais projetos de literacia dos *media* para os cidadãos em Portugal?

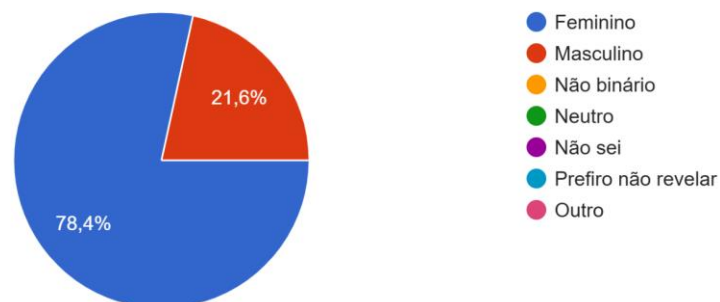
Idade

102 respostas



Como defines o teu género?

102 respostas



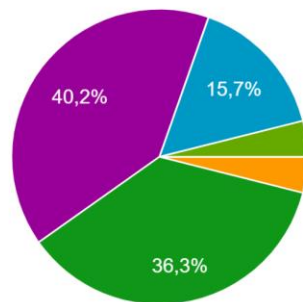
Se respondeu "Outro, qual?

0 respostas

Ainda não existem respostas a esta pergunta.

Escolaridade

102 respostas



- 1º ciclo (1º ao 4º ano)
- 2º ciclo (5º ao 6º ano)
- 3º ciclo (7º ao 9º ano)
- Secundário (10º ao 12º ano)
- Ensino Superior: Licenciatura
- Ensino Superior: Mestrado
- Ensino Superior: Doutoramento
- Outro
- Nenhum

Se a resposta anterior foi "Outro", qual?

4 respostas

Fonte 24 - Ctesp

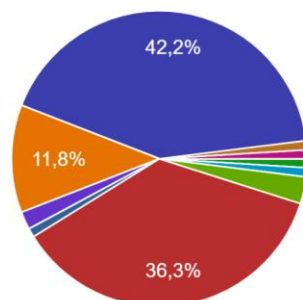
Fonte 26 - 12º Técnico profissional nível 4

Fonte 31 - Nível 5 - CET

Fonte 85 - Curso técnico superior de análises laboratoriais

A que região pertence?

102 respostas



- Açores
- Alentejo Central
- Alentejo Litoral
- Algarve
- Alto Alentejo
- Alto Minho
- Alto Tâmega
- Área Metropolitana de Lisboa

▲ 1/4 ▼

E a que cidade pertence?

102 respostas

Fonte 1 - Santa Maria da Feira
Fonte 2 - Santa Maria da feira
Fonte 3 – Paços de Ferreira
Fonte 4 - Santa Maria da Feira
Fonte 5 - Porto
Fonte 6 – Vilamoura
Fonte 7 - Gaia
Fonte 8 – São João da Madeira
Fonte 9 - Santa Maria da feira
Fonte 10 - Porto
Fonte 11 - Espinho
Fonte 12 – Santa Maria da Feira
Fonte 13 – V.n Gaia
Fonte 14 – Santa Maria da feira
Fonte 15 – Vila Nova de Famalicão
Fonte 16 -
Lourosa
Fonte 17 - Fiães
Fonte 18 – Santa Maria da Feira
Fonte 19 - Santa Maria da Feira
Fonte 20 - Laranjeiro
Fonte 21 – Santa Maria da Feira
Fonte 22 – Santa Maria da Feira
Fonte 23 - Vila Nova de Gaia
Fonte 24 - Espinho
Fonte 25 - Santa Maria da Feira
Fonte 26 - Santa Maria da feira
Fonte 27 - Fiães
Fonte 24 - Espinho
Fonte 25 - Santa Maria da Feira
Fonte 26 - Santa Maria da feira
Fonte 27 - Fiães
Fonte 28 – Viana do Castelo

Fonte 29 - Feira
Fonte 30 – Santa maria da feira
Fonte 31 - Fiães
Fonte 32 - Trofa
Fonte 33 – Paços de Ferreira
Fonte 34 - Fiães
Fonte 35 – Santa Maria da Feira
Fonte 36 – Santa Maria Da Feira
Fonte 37 – Vila Nova de Gaia
Fonte 38 – Fiães, Santa Maria da Feira
Fonte 39 - Lourosa
Fonte 40 – S maria da feira
Fonte 41 - Arouca
Fonte 42 - Coimbra
Fonte 43 - Porto
Fonte 44 – Santa Maria da Feira
Fonte 45 - Espinho
Fonte 46 – Santa Maria da feira
Fonte 47 - Porto
Fonte 48 – Santa Maria da feira
Fonte 49 – Penafiel
Fonte 50 – Fiães
Fonte 51 – Santa Maria da Feira
Fonte 52 – Aveiro
Fonte 53 – Santa Maria da feira
Fonte 54 - Santa maria da feira
Fonte 55 – Santa Maria da Feira
Fonte 56 – Porto
Fonte 57 – Fiães
Fonte 58 – Gondomar
Fonte 59 – Fiães
Fonte 60 – Santa Maria da feira
Fonte 61 – Santa Maria da Feira
Fonte 62 – Póvoa de Varzim

Fonte 63 – Santa Maria da Feira
Fonte 64 – Águas Santas
Fonte 65 – Viana do Castelo
Fonte 66 – Viana do Castelo
Fonte 67 – Santa Maria da Feira
Fonte 68 – Santa Maria da feira
Fonte 69 – Seixal
Fonte 70 - Fiães
Fonte 71 – Santa Maria da Feira
Fonte 72 – Santa Maria da Feira
Fonte 73 – Porto
Fonte 74 – Caldas de São Jorge
Fonte 75 – Vila nova de Gaia
Fonte 76 – Ermesinde
Fonte 77 – Fiães
Fonte 78 – Barreiro
Fonte 79 – Porto
Fonte 80 – Alfena
Fonte 81 – Porto
Fonte 82 – Braga
Fonte 83 – Santa Maria da Feira
Fonte 84 – Lourosa
Fonte 85 – Santa Maria da feira
Fonte 86 – Santa Maria da Feira
Fonte 87 – Santa Maria da Feira
Fonte 88 – Porto
Fonte 89 – Vila do Conde
Fonte 90 – Santa Maria da feira
Fonte 91 – Fiães
Fonte 92 – Maia
Fonte 93 – Santa Maria da Feira
Fonte 94 – Santa Maria da Feira
Fonte 95 – Fiães
Fonte 96 – Vila Nova de Gaia

Fonte 97 – Feira

Fonte 98 – S. João da Madeira

Fonte 99 – Ovar

Fonte 100 – Lomba

Fonte 101 – Povia de varzim

Fonte 102 – Gondomar

Literacia dos Media - O que significa?

O que é para si literacia dos *media*?

102 respostas

Fonte 1- Algo relacionado com notícias

Fonte 2 - Não sei

Fonte 3 - O entendimento das regras e da ética do jornalismo

Fonte 4 - Não sei.

Fonte 5 - Utilização informada da internet

Fonte 6 – Não sei

Fonte 7 - Conhecimento e perspectiva crítica sobre os media.

Fonte 8 – Comunicação

Fonte 9 – falar sobre situações da sociedade e pessoas

Fonte 10 – É a educação que devemos ter para saber usar, interpretar e validar corretamente a informação vinda dos media. Podermos usar sem ser usados.

Fonte 11- Acho que é ter conhecimento e aptidão para os cidadãos poderem participar de forma ativa nas interações com os media

Fonte 12 – Educação específica para os profissionais da comunicação

Fonte 13 – Não sei

Fonte 14 – Jornalismo

Fonte 15 – A literacia envolve desde os critérios mais básicos até os mais avançados de alfabetização.

Fonte 16 – É uma constante atualização de conhecimentos que podem englobar a Educação, a política entre outros.

Fonte 17 – Não sei

Fonte 18 – Ensinar e preparar os cidadãos para as suas interações com os media. Prepara e dotar os cidadãos de conhecimentos necessários para o seu uso informado.

Fonte 19 – Notícias, entrevistas

Fonte 20 - São jornalistas

Fonte 21 - Informação e cultura

Fonte 22 - é a educação em volta dos media

Fonte 23 – Não sei

Fonte 24 – É ensinar o cidadão a ser capaz de aceder aos media tanto no digital como em papel

Fonte 25 – Leitura de documentos em formato digital

Fonte 26 – Não sei, mas sei que os media cada vez mais são desonestos e pouco confiáveis e sobretudo manipuladores. Hoje não acredito em tudo o que ouço na comunicação social.

Fonte 27 - Talvez a regulação das políticas integrantes dos media (?)

Fonte 28 – A literária dos media acaba por ser a forma como se educa para os Media, ou seja, pode ser o resultado de ensinar ou de aprender sobre os Media. Acaba por preparar os cidadãos a gerirem a forma como atuam e interagem com os Media. Cada pessoa deve saber como utilizar e aceder os media.

Fonte 29 – Ensino informativo literário digital

Fonte 30 - Forma de escrever os artigos dos media

Fonte 31 - .

Fonte 32 – A literacia dos media significa ter competências práticas e de pensamento, conhecimentos e de atitudes para conseguirmos compreender o seu papel e as suas funções

Fonte 33 – Notícias de famosos e internet

Fonte 34 – A Literacia dos Media é o resultado da Educação para os Media, do ensinar e do aprender que prepara os cidadãos para gerirem as suas interações com os media e através dos media.

Fonte 35 - A Literacia dos Media é o resultado da Educação para os Media, do ensinar e do aprender que prepara os cidadãos para gerirem as suas interações com os media e através dos media.

Fonte 36 – Não sei

Fonte 37 – A dificuldade em perceber o que é transmitidos através dos médias, de distinguir o que é verdadeiro, do que é falso.

Fonte 38 – Competência práticas de pensamento, conhecimento e atitudes.

Fonte 39 – Jornalismo mediático

Fonte 40 – Não sei

Fonte 41– É a preparação, aprendizagem e conhecimentos necessários para o uso criativo e informado com a parte mediática

Fonte 42 – Jornalismo

Fonte 43 – A Literacia dos Media é o resultado da Educação para os Media, do ensinar e do aprender que prepara os cidadãos para gerirem as suas interações com os media e através dos media.

Fonte 44 – Ensinar as pessoas a interagir com os media

Fonte 45 – Educação dos media

Fonte 46 – Ensino

Fonte 47 – A Literacia dos Media é resultado da educação, ensinar, aprender, que prepara os cidadãos para gerirem as suas interações com os media.

Fonte 48 – É o ensino do jornalismo

Fonte 49 – Não conheço o termo

Fonte 50 – Ter a capacidade de interpretar o que nos é fornecido pelos media

Fonte 51 – A literacia dos media e o mesmo que jornalismo mediático só que com outro nome.

Fonte 52 – Conhecedor da realidade dos órgãos de comunicação social e a sua situação

Fonte 53 – Não sei

Fonte 54 – Ler, escrever, interpretar e compreender

Fonte 55 – Educação para e com os media

Fonte 56 – É o resultado da Educação para os Media. Esta primeira pretende desenvolver as competências mediáticas dos cidadãos - imprescindíveis à democracia e cidadania.

Fonte 57 – ensinar a utilizar os media

Fonte 58 – Ensino jornalístico / escola jornalística

Fonte 59 – Educação, cultura, formação

Fonte 60 – A Literacia dos Media é o resultado da Educação para os Media, do ensinar e do aprender que prepara os cidadãos para gerirem as suas interações com os media e através dos media.

- Fonte 61** – É a educação dada para que os media e os cidadãos interajam entre si.
- Fonte 62** – É a capacidade de aceder, criar, avaliar e compreender as mensagens dos vários meios de comunicação...
- Fonte 63** – Importante
- Fonte 64** – A criação de um contacto entre os cidadãos e os media, de modo a ensinar a usá-los
- Fonte 65** – É o resultado da educação para os media
- Fonte 66** – É o resultado da educação para os media
- Fonte 67** – É educação para os media, ou seja, são os conhecimentos e competências que, nós, enquanto indivíduos, temos para utilizar os meios de comunicação social de forma crítica, eficaz e segura
- Fonte 68** – Conhecimentos relativos aos meios de comunicação
- Fonte 69** – não sei
- Fonte 70** – Não tenho opinião formada
- Fonte 71** – Ensinaamentos através dos media
- Fonte 72** – Não conheço...
- Fonte 73** – É preparar as pessoas para gerirem as suas interações com os media e através dos media.
- Fonte 74** – Todos os cidadãos devem poder aceder, utilizar e distribuir os media de forma segura e rentável, bem como ser críticos do seu próprio conteúdo mediático e produzi-lo de forma ponderada e criativa.
- Fonte 75** – Ter capacidade de compreensão dos media
- Fonte 76** – conhecimento sobre as tecnologias
- Fonte 77** – Penso que é uma forma de chegar mais facilmente aos cidadãos
- Fonte 78** – Aprender conhecimentos ou ensinar através dos media.
- Fonte 79** – Significa uma educação de pessoas a trabalhar com as media
- Fonte 80** – A Literacia dos Media é o resultado da Educação para os Media, do ensinar e do aprender que prepara os cidadãos para gerirem as suas interações com os media e através dos media.
- Fonte 81** – A Literacia dos Media é o resultado da Educação para os Media, do ensinar e do aprender que prepara os cidadãos para gerirem as suas interações com os media e através dos media.

Fonte 82 – Saber usar e adquirir informações noticiosas através dos órgãos de comunicação social

Fonte 83 – Entendo que seja a maneira como a informação é passada dos meios de comunicação para o espectador/ouvinte/leitor, e a maneira como este interpreta a mensagem que recebeu.

Fonte 84 – Não sei

Fonte 85 – Literacia dos media é literatura online, e *books* e leitura via Internet

Fonte 86 – Reflexão em torno dos diferentes media

Fonte 87 – notícias em tempo real

Fonte 88 – É o ensino aos cidadãos para aprenderem a gerir a sua relação com os media.

Fonte 89 – Algo que está presente nas nossas vidas

Fonte 90 – Formação e aprendizagem através dos media

Fonte 91 – Uma forma de jornalismo

Fonte 92 – Está relacionado com o nível de competências que uma determinada pessoas tem na forma como interage com os media e os seus conteúdos, nomeadamente no espaço digital

Fonte 93 – Literacia dos media é algo relacionado com a informação que chega ao cidadão, por exemplo jornais, televisão, rádio, entre outros.

Fonte 94 – Competências para perceber as funções dos media

Fonte 95 – No meu entender será informação com carácter de ensino aos leitores.

Fonte 96 – Incentivar a parte cultural através dos media

Fonte 97 – Não sei

Fonte 98 – A Literacia dos Media é o resultado da educação para os conteúdos mediáticos, do ensinar e do aprender que prepara os cidadãos para gerirem as suas interações com os media e através dos media.

Fonte 99 – É ter conhecimento necessário com as competências de saber estar, saber fazer, saber ser.

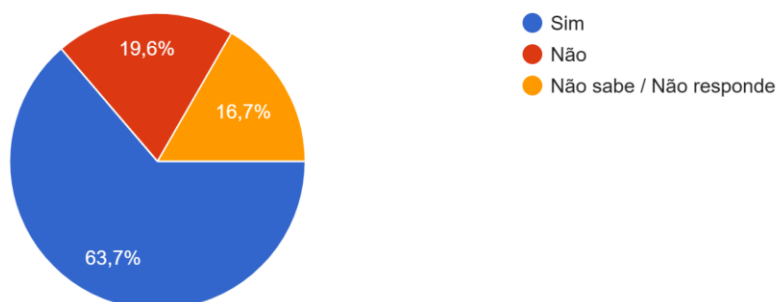
Fonte 100 – Não sei

Fonte 101 – É o ensino de jornalismo mediático

Fonte 102 – O conhecimento e sentido crítico dos media

Considera-se uma pessoa informada no que diz respeito à cultura geral?

102 respostas



Se sim, indique porquê?

47 respostas

Fonte 3 - Gosto de ler, vejo notícias

Fonte 4 - Porque leio muitas notícias

Fonte 5 – Leio bastante

Fonte 7 - Leio bastante.

Fonte 10 - Porque tenho um bom sentido crítico e procuro regularmente fontes diferentes e visões diferentes das dominantes. Ao saber mais visões sobre os assuntos posso formar a minha opinião e ser culto e informado.

Fonte 12 - Porque é uma área que me interessa.

Fonte 18 – Tento sempre acompanhar o que se passa no mundo e no país, dotando-me de informação para isso.

Fonte 21 - Mantenho-me informada e procuro saber mais

Fonte 22 - Costumo ver o telejornal e ler alguns jornais em papel ou online.

Fonte 26 - Pelo que aprendi na escola em formações que frequento

Fonte 27 - Consigo compreender e opinar em diferentes campos de informação

Fonte 28 - Sempre tive curiosidade por vários assuntos culturais. A ideia de tentar perceber tanto da nossa cultura, como outras. Costumo ler sobre o que me chama atenção, ou que me desperta curiosidade

Fonte 35 - Gosto de estar atualizada

Fonte 37 - Estou mais ou menos dentro dos assuntos da atualidade, tendo também cultura geral suficiente para saber do que se está a falar, na maioria dos casos.

Fonte 38 - Dispêndio o teu suficiente para estar informado sobre a atualidade em geral !

Fonte 41 - Tento estar atenta e devidamente informada sobre o que acontece e quais as novidades

Fonte 47 - Sou uma pessoa que lê e mantém sempre atualizada

Fonte 48 - Tento estar informada e pesquiso

Fonte 50 - Tenho um conhecimento moderado de vários tópicos relevantes da nossa sociedade

Fonte 52 - Leio, vejo filmes, séries, sigo vários sites de notícias etc

Fonte 54 - Gosto de estar informada, de saber mais sobre alguns assuntos do meu interesse

Fonte 56 - Porque acompanho as notícias.

Fonte 57 - gosto de aprender

Fonte 58- Pois vou seguindo sempre a atualidade através de notícias e reportagens

Fonte 59 - Estou sempre em formação e atenta a novas informações

Fonte 60 - Porque vejo notícias

Fonte 61 - Estou atenta à realidade e atualidade diariamente. Além de ser uma pessoa super interessada em história e cultura.

Fonte 62 - Porque domínio um bocadinho de tudo o que é importante para a sociedade...

Fonte 64 - Procuo estar informada sobre os acontecimentos do momento, de modo a acompanhar a atualidade

Fonte 65 - Tento entender e perceber o que se passa no dia no mundo de trabalho e em convivo com outras pessoas

Fonte 66 - Tento entender e perceber o que se passa no dia no mundo de trabalho e em convivo com outras pessoas

Fonte 69 - tento ver as notícias todos os dias

Fonte 73 - Tento acompanhar a evolução.

Fonte 75 - Porque tive acesso à informação para tal

Fonte 77 - Tento estar informado e suscita me curiosidade tudo o que diga respeito a cultura

Fonte 78 - Vejo bastantes notícias, programas de cultura geral e atualidade.

Fonte 80 - Porque procuro informação e sou uma pessoa interessada na cultura geral.

Fonte 82 – Porque trabalho como jornalista e o meu dia a dia é informar

Fonte 83 – Sempre que me chega algum tema novo, procuro estar informado sobre o mesmo através de diferentes fontes. Diferentes media, opiniões independentes, de forma a ter uma visão abrangente sobre o tema

Fonte 85 - Porque sou uma pessoa informada, vejo vários documentários político-sociais

Fonte 88 - Estou informada e procuro informar-me de assuntos atuais

Fonte 92 - Sou formado na área

Fonte 97 – Conhecimento

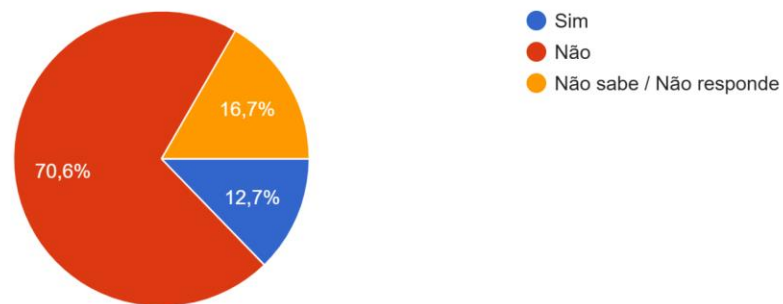
Fonte 99 - Para compreendermos melhor o que nos rodeia e saber comunicar com os outros de vários temas.

Fonte 101 - Estou atenta ao que se passa no mundo

Fonte 102 - Sou informada, procuro as respostas às minhas dúvidas e sigo algumas páginas de cultura

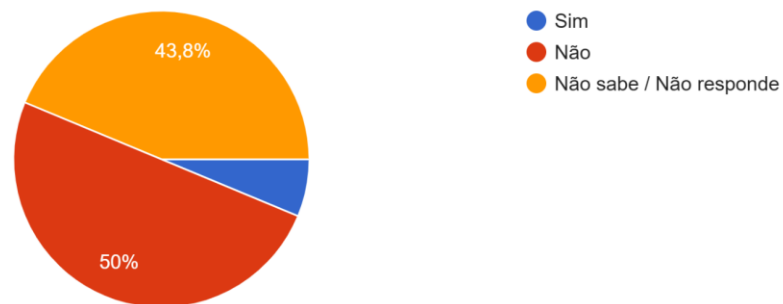
Tem conhecimento de projetos ligados ao conceito de literacia dos media?

102 respostas



Se respondeu "sim" à pergunta anterior, os projetos de literacia dos media que conhece foram realizados no concelho em que reside?

32 respostas



Quais?

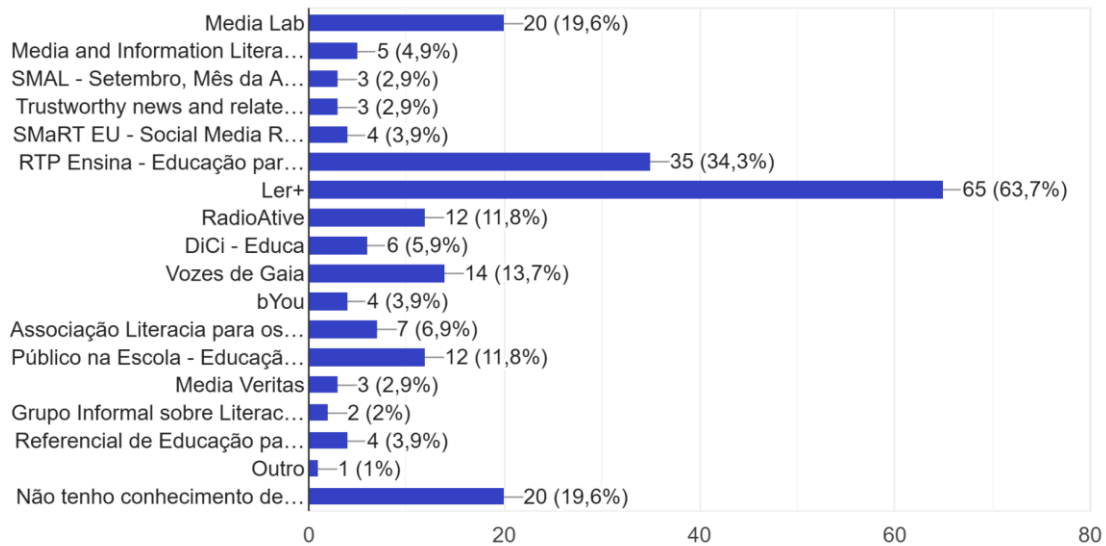
Fonte 18 - Literacia dos Media - RTP Ensina

Fonte 28 - Media lab

Fonte 75 - Ler+

Assinale projetos de literacia dos media que tem conhecimento, ou que já ouviu falar sobre?

102 respostas



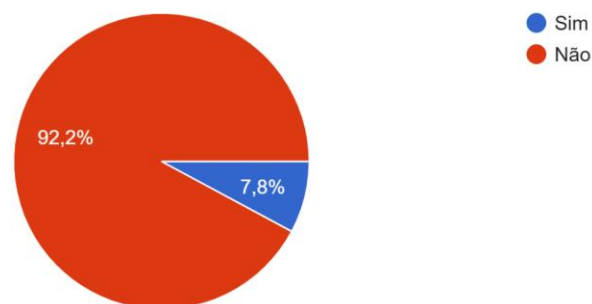
Se assinalou a opção "outro", mencione que projeto conhece para além dos referidos.

0 respostas

Ainda não existem respostas a esta pergunta.

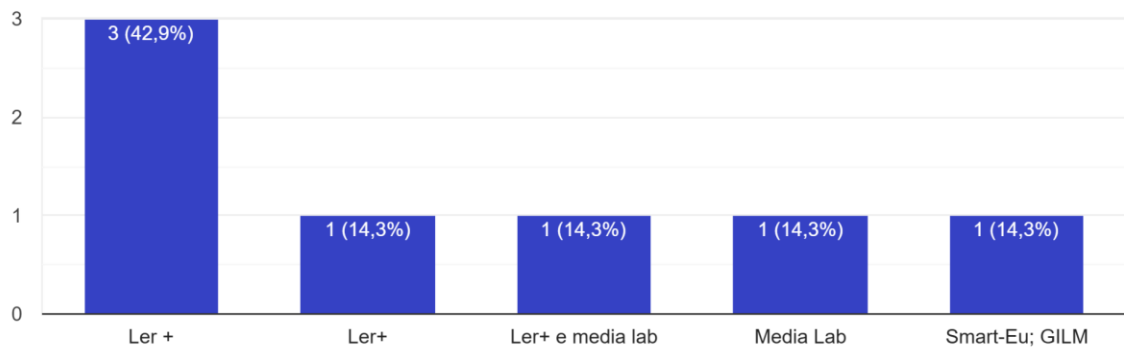
Já participou em algum projeto de literacia dos media (num dos projetos já referidos ou outro)?

102 respostas



Se assinalou "sim" na resposta anterior, qual o projeto de literacia dos media em que já participou.

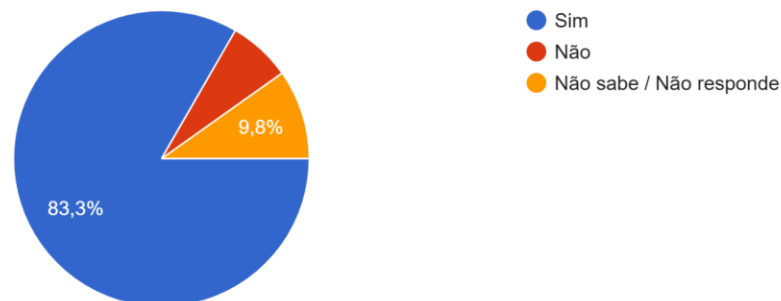
7 respostas



Cidadãos digitais - quem são?

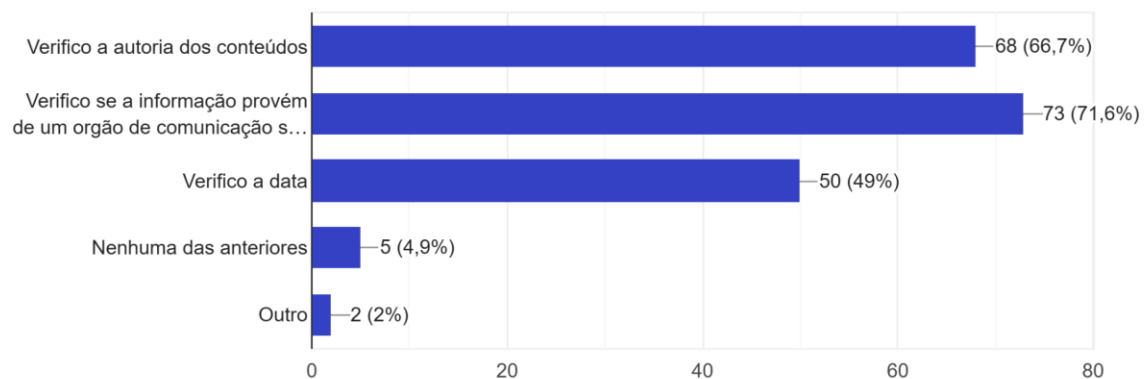
Considera-se uma pessoa que exerce uma cidadania responsável, no que diz respeito à informação e partilha de informação? (Seja de que forma for, a título de exemplo, através da internet)

102 respostas



Que cuidados tem, habitualmente, no que diz respeito à informação e à partilha de informação?

102 respostas



Se a resposta anterior foi "outro", qual?

Fonte 54 - Tenho o cuidado de não partilhar certas coisas nas redes sociais sem antes fazer uma breve pesquisa

Fonte 84 - Notícias

O que é para si a cidadania digital?

102 respostas



Qual a sua própria definição de cidadania digital?

102 respostas

Fonte 1 – Não divulgar algo que vá prejudicar ou enganar os restantes

Fonte 2 - Não sei o que significa cidadania digital.

Fonte 3 - Ser educado e não difundir ódio nem notícias falsas

Fonte 4 - Não sei.

Fonte 5 - Uso responsável da internet

Fonte 6 - Mundo digital

Fonte 7- Participação livre, crítica e informada em contextos digitais.

Fonte 8- Respeito

Fonte 9- usar corretamente o conteúdo

Fonte 10- Não é um termo que use. Não tenho uma definição própria.

Fonte 11- Utilização da tecnologia de forma responsável e ética, respeitando os cidadãos e preservando direitos e deveres

Fonte 12- A mesma da resposta que assinaliei

Fonte 13 – Não sei

Fonte 14- Não sei

Fonte 15- Cidadania é o exercício dos direitos e deveres civis, políticos e sociais estabelecidos na Constituição de um país, por parte dos seus respetivos cidadãos (indivíduos que compõem determinada nação).

Fonte 16 – É a utilização responsável e cuidadosa dos meios tecnológicos.

Fonte 17 – Sei lá

Fonte 18 – Um conjunto de ações associadas ao uso tecnológico.

Fonte 19- Saber filtrar o conteúdo partilhado em redes sociais

Fonte 20 – Refere-se ao uso das tecnologias da informação e comunicação.

Fonte 21- Utilização das novas tecnologias de forma responsável, tendo respeito por tudo e todos, cada indivíduo tem a sua crença pessoal, identificação de género (etc), que podemos não perceber e não nos identificarmos mas que temos de respeitar. Partilha de informação deve ser de modo a respeitar o que referi anteriormente.

Fonte 22 – É quando as pessoas interagem digitalmente de forma responsável e respeitando sempre a liberdade do outro.

Fonte 23- Respeitar os cidadãos

Fonte 24- Igual à resposta que dei em cima anteriormente!!!

Fonte 25- Indivíduos que dominam e utilizam as tecnologias digitais para uso e partilha de informação fidedigna

Fonte 26 – Ser civilizado, responsável e respeitador

Fonte 27 – Uma pessoa que sabe utilizar as tecnologias digitais de forma responsável tendo em conta os outros utilizadores e o impacto que a sua própria utilização tem no contexto digital.

Fonte 28- Utilização responsável da tecnologia

Fonte 29 – Responsabilidade social digital

Fonte 30- Saber dar uso apropriado as plataformas digitais, ter cuidado com a utilização de plataformas seguras, com informações fidedignas, ter atenção com partilha de dados pessoais

Fonte 31 - .

Fonte 32 - A cidadania digital consiste na utilização da tecnologia de forma responsável, interagindo de forma ética, independentemente do mundo respeitando sempre os conhecimentos dos outros

Fonte 33 – cidadania consiste na utilização responsável e ética da tecnologia, respeitando os demais cidadãos e preservando os direitos e deveres.

Fonte 34 - A cidadania digital ajuda a reforçar as competências necessárias para tirarmos o máximo partido das novas tecnologias.

Fonte 35 – Utilização responsável da tecnologia

Fonte 36 - Que tecnologia seja para o bem das pessoas

Fonte 37 - Cidadania é saber e utilizar a tecnologia de forma a adquirir e transmitir conhecimento de forma responsável e justa, livremente, mas procurando não interferir com a liberdade dos outros.

Fonte 38 - Utilização da tecnologia de forma responsável, interagindo de forma ética, independentemente do mundo físico ou digital

Fonte 39 - Partilha de informação de forma responsável e esclarecida

Fonte 40 - Não tenho

Fonte 41 – Utilização dos meios de comunicação e informação de forma correta é responsável

Fonte 42 – Na

Fonte 43 – Não sei

Fonte 44 – Utilizar os meios digitais de uma forma social positiva

Fonte 45 – Usar a tecnologia de forma responsável

Fonte 46 – Redes sociais

Fonte 47 – A cidadania digital consiste na utilização da tecnologia de forma responsável

Fonte 48 – Respeitar o outro

Fonte 49 – Não tenho um termo explícito

Fonte 50 - Ter a preocupação de não partilhar informações potencialmente falsas que possam ser “perigosas” para quem as lê

Fonte 51 – É viver em sociedade, mas digitalmente.

Fonte 52 – Não sei

Fonte 53 – Uma pessoa ativa

Fonte 54 – Estar consciente que nem tudo o que se vê na internet é real. Que há muito conteúdo partilhado que serve simplesmente para espalhar pânico. Sempre que não concordo com a publicação tento apresentar factos contrários dos partilhados

Fonte 55 – Utilização responsável pelas novas tecnologias

Fonte 56 – É sinónimo de uma participação consciente e esclarecida

Fonte 57 – nós, como indivíduos, sabermos como ter acesso a ferramentas tecnológicas e sabermos como as utilizar

Fonte 58 – Vida informatizada

Fonte 59 – Saber respeitar e não permitir fraudes

Fonte 60 – Cidadania digital são pessoas que vivem das redes sociais

Fonte 61 – Responsabilidade cívica e ética no mundo digital.

Fonte 62 – Redes sociais

Fonte 63 – Responsabilidade

Fonte 64 – Interação responsável entre os cidadãos no mundo digital, seguindo uma ética moral

Fonte 65 – Utilização de tecnologia de forma responsável

Fonte 66 – Utilização de tecnologia de forma responsável

Fonte 67 – Direito que nos, enquanto indivíduos temos de ter acesso as ferramentas tecnológicas, no entanto deve respeitar as normas

Fonte 68 – Responsabilidade social

Fonte 69 – o cuidado com aquilo que partilhamos e verificar se são fidedignas

Fonte 70 – Ter respeito pelos outros no digital

Fonte 71 – Aprendizagem e ensinamentos digitais

Fonte 72 – Responsabilidade no que partilhamos e entendimento e interesse sobre o assunto

Fonte 73 – As pessoas devem ter direito ao acesso de ferramentas tecnológicas mas ao mesmo tempo respeitar o uso delas.

Fonte 74- A cidadania digital é um direito do indivíduo ter acesso às ferramentas tecnológicas, respeitando as suas normas de utilização.

Fonte 75 – Responsabilidade e valores de ética ao nível digital

Fonte 76 – igual à anterior

Fonte 77- Usar as tecnologias de forma responsável

Fonte 78 – Utilizar as plataformas digitais de forma responsável e ética tendo sempre em conta os cidadãos que possam ser impactados com os seus conteúdos. Passar informação e conhecimentos verdadeiros e criar impacto positivo na sociedade.

Fonte 79 – A cidadania digital é, para mim, a utilização responsável da tecnologia

Fonte 80 – A cidadania digital consiste na utilização da tecnologia de forma responsável, interagindo de forma ética, respeitando os outros e conhecendo os seus direitos e deveres.

Fonte 81 – Não sei

Fonte 82 – Ajudar os outros partilhando apenas conteúdos verídicos e de confiança

Fonte 83 – Tal como devemos saber interpretar a informação e divulgá-la de forma responsável por qualquer meio de transmissão, seja ele digital ou não, as tecnologias de atualmente potenciam a disseminação de desinformação. É dever de cada um ser responsável na partilha de informação pois os canais que hoje temos à disposição podem tornar-se verdadeiras armas sem nos apercebermos.

Fonte 84 – A cidadania e o conhecimento do povo

Fonte 85 – Saber interpretar e saber pensar mais além do que se vê na Internet

Fonte 86 – Utilizar de modo eficaz os diferentes recursos tecnológicos.

Fonte 87 – partilha de conteúdos verdadeiros

Fonte 88 – Utilizar corretamente os media, respeitando os demais.

Fonte 89 – Consiste em tecnologia

Fonte 90 – Aceitar e respeitar todas as opiniões e indivíduos

Fonte 91 – Dar a opinião sem denegrir a do outro nem faltar ao respeito

Fonte 92 – Ter competências digitais que permitam a uma pessoa ter uma participação ativa no meio digital, sempre baseada no respeito para com os outro

Fonte 93 – Ser ativo a nível de conteúdo útil online

Fonte 94 – Utilização de tecnologia de forma responsável

Fonte 95 – Um cidadão que tem preocupação em estar atualizado e partilha o seu conhecimento através do mundo digital, como exemplo as redes sociais.

Fonte 96 – Com base nos meus digitais disponíveis exercer os deveres e direitos enquanto cidadão

Fonte 97 – Respeitar o outro

Fonte 98 – A cidadania digital consiste na utilização da tecnologia de forma responsável, interagindo de forma ética, independentemente do mundo físico ou digital, respeitando os outros e conhecendo os seus direitos e deveres.

Fonte 99 – Pessoa que pertence a uma sociedade e que utiliza os meios digitais de forma responsável, tendo sempre a ética digital e deontologia, e sabe os seus direitos e deveres.

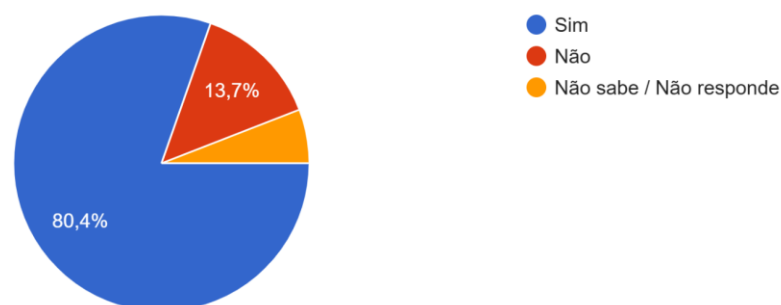
Fonte 100 – Não tenho

Fonte 101 – Respeitar os conteúdos e opiniões dos demais.

Fonte 102- Cidadania digital é saber estar em comunidade respeitando os seus direitos e deveres no digital

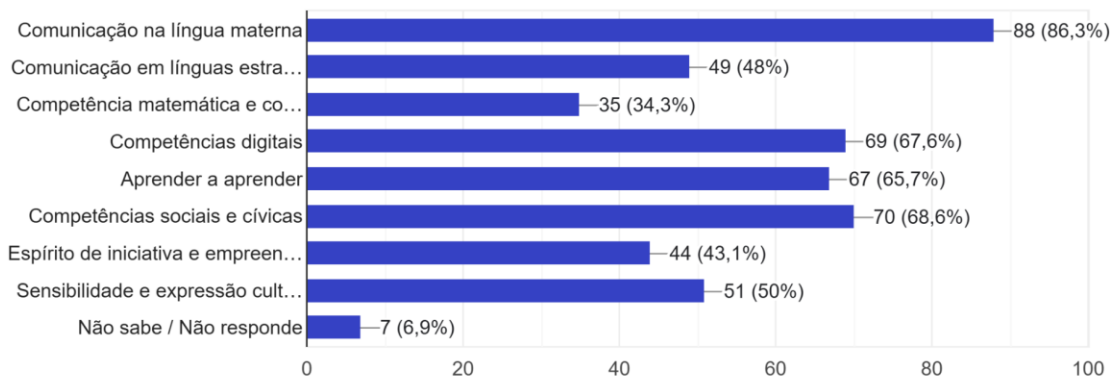
Um cidadão digital domina um conjunto de competências digitais específicas que lhe permitem aceder, utilizar e partilhar informação de forma responsável. Considera-se um cidadão/ cidadã digital?

102 respostas



Assinale abaixo as competências que considera ter.

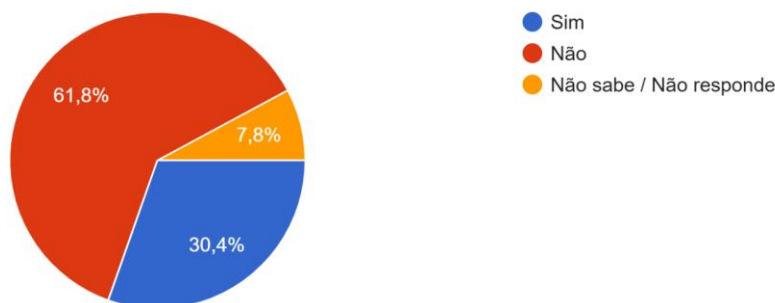
102 respostas



Competências digitais e desinformação - Considera que tem as competências digitais necessárias para ser um cidadão responsável?

Considera que uma informação na internet e uma notícia são o mesmo?

102 respostas



Se respondeu não, indique por que razão.

57 respostas

Fonte 1 – Uma notícia, normalmente, é algo com fonte segura, já o que é partilhado por cidadãos pode não ser

Fonte 3 - Qualquer pessoa pode escrever o que quiser na net mesmo não sendo verdade a notícia por norma é verificada

Fonte 4 - Porque na internet há muita falsidade.

Fonte 5 - Uma informação não é produzida por um jornalista

Fonte 6 - Porque nem tudo que está na internet

é verdade

Fonte 7 - Notícias partem de factos.

Fonte 8- Há diferenças

Fonte 11- Porque as informações na internet nem sempre são verdadeiras

Fonte 12- Nem sempre o que é publicado tem interesse jornalístico.

Fonte 18 - Depende do conteúdo e do tamanho da mesma. Uma informação na internet pode ser colocada num parágrafo e uma notícia pode ser desenvolvida e aprofundada.

Fonte 20 - Muitas das coisas da internet são mentiras, nunca se deve acreditar em tudo o que se vê

Fonte 21 – Notícia acontece, normalmente, num curto espaço de tempo em relação ao acontecimento, sendo que por consequência nem sempre apresenta a total verdade do mesmo. Tendo por vezes um só ponto de vista. Está mesma pode estar sempre a alterar-se.

Fonte 22 - Depende sempre da fonte.

Fonte 23 - Porque notícia é algo concreto e verídico, agora uma informação pode não ser verdade.

Fonte 24 – Pq muitas vezes o que está na Internet nem sempre é investigado a fundo e muitas vezes a fonte de informação não é fidedigna

Fonte 25 – Uma notícia é um relato que um acontecimento que se deu num determinado momento/local onde consta informação relacionada com essa notícia, ou seja, pormenores A informação pode ser de determinada matéria e não significa que seja notícia

Fonte 27 – As notícias, ao contrário das informações partilhadas de forma fácil na internet, passam por um processo de verificação de veracidade e análise de outros campos relativos à mesma. A informação exposta na internet muitas vezes pode ser escrita por qualquer um com base numa opinião ou numa experiência única.

Fonte 28- Uma notícia provém de órgão de comunicação que está a informar o cidadão de algo que aconteceu. Na internet podemos encontrar notícias, ou outras formas de informar o cidadão, mas também podemos encontrar fake news

Fonte 29 – Informação informa a notícia pode ser desinformação

Fonte 30- Porque nem sempre tem o mesmo objetivo, notícias sai baseadas em acontecimentos

Fonte 31 - .

Fonte 32 - Nem sempre tudo é verdadeiro, pessoas na internet publicam tudo o que querem

Fonte 36 - Muitas das vezes a informação não está correta

Fonte 37 - É necessário verificar a fonte e veracidade da informação que é recolhida. Quando é uma notícia transmitida por um órgão de comunicação credível deverá ser mais correta e baseada em factos.

Fonte 38 - Conceitos distintos

Fonte 39 - Porque tanto as informações não internet como as notícias podem ser falsas e na internet, por exemplo, podemos tirar informação de como fazer uma determinada receita e nas notícias não

Fonte 40 - Depende de quem publica a notícia ou a publicação da internet

Fonte 44 - Veracidade da notícia

Fonte 45 - Pode ser falsa

Fonte 48 - Á muita informação falsa

Fonte 50 - Uma informação na internet tanto pode ser uma notícia como não

Fonte 52 - Pq notícia tem que ser trabalhada por profissionais

Fonte 54 - As notícias devem assentar em factos. As informações nem sempre são fidedignas

Fonte 56 - A notícia é feita por jornalistas.

Fonte 57 - porque nem tudo o que se lê na internet tem uma fonte fidedigna, não sendo considerada uma notícia se for através de uma plataforma de notícias, aí sim é uma notícia

Fonte 61 - Informação pode ser reproduzida por qualquer pessoa. Notícia, para mim, apenas é produzida por um órgão de comunicação social.

Fonte 62 - Por vezes há sensacionalismo e informação falsa.

Fonte 64 - Na internet existe uma grande probabilidade de serem fake news, caso a informação não provenha de fontes fidedignas

Fonte 67 - A notícia é um formato de divulgar um acontecimento por meio jornalístico, enquanto informação é o ato de querer informar alguma coisa! Ou seja a informação não tem de ser necessariamente uma noticia

Fonte 69 - nem todas as informações na internet podem estar corretas.

Fonte 71 – Notícia informação verdadeira, informações na internet nem sempre são corretas....
notícia é algo mais concreto

Fonte 72 – A internet muitas das vezes dá-nos informações falsas.

Fonte 75 – Uma notícia é um acontecimento, uma informação poderá não ser, mas ambas podem não ser fidedignas

Fonte 77- Porque não chego ao mesmo tipo de público

Fonte 80 – As informações na internet nem sempre são notícias.

Fonte 82 – Porque uma notícia é feita por jornalistas.

Fonte 83 – Por informação na Internet posso entender que seja um *post* no *facebook* ou no *twitter*. Isso pode ir de uma opinião formada ou de interpretação errada de uma informação. Sem fontes que comprovem a verdade, não tomo esse tipo de informação como verdadeira, ou sequer "notícia".

Fonte 86 – Ns internet há muita informação incorreta, sem qualquer tipo de validade científica.

Fonte 88 – Temos que verificar a fonte se é fidedigna

Fonte 90 – Uma notícia à partida deveria, à partida, ter como base uma fonte fidedigna. A informação não

Fonte 92 – Depende. Se a informação for veiculada por um meio de comunicação fidedigno, pode ser considerado uma notícia. Caso contrário, não.

Fonte 95 – Uma informação na internet tem muita mais quantidades de fontes que podem não ser fidedignas enquanto uma notícia normalmente conseguimos identificar de imediato se a fonte é fidedigna ou não.

Fonte 96 – Porque a notícia ter que ter uma revisão e por vezes à internet não

Fonte 98 – Informação na internet pode não ser uma notícia porque pode não ser factual enquanto que uma notícia tem que ser factual e atual. A informação disponibilizada na internet não.

Fonte 99 – Porque depende da informação, pode não estar os mesmos detalhes e estrutura a informação da internet e notícia. Também a informação na Internet pode ser escrita e na notícia pode ser usada a comunicação verbal e não verbal.

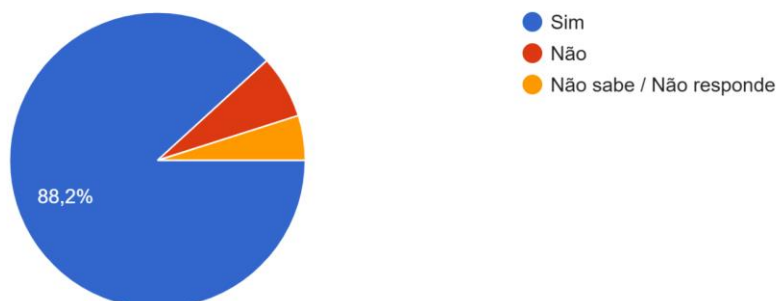
Fonte 100 – Pode haver *fakenews*

Fonte 102 - A informação em suporte físico deve sempre ser mais fidedigna do que a informação digital por não haver a possibilidade de qualquer pessoa (que seja capaz

obviamente) mude a informação como pode acontecer na internet. A Wikipédia é um exemplo disto.

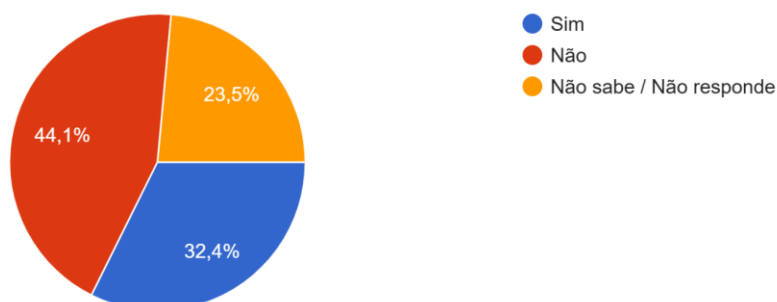
Entende o que são as notícias falsificadas?

102 respostas



Se tivesse “em mãos” uma informação, uma fotografia, ou um vídeo falsificado saberia através de que meios comprova-lo?

102 respostas



Que ferramentas e estratégias poderia utilizar para comprovar se uma informação, uma fotografia, ou um vídeo são verdadeiros ou falsificados?

102 respostas

Fonte 1 – Não sei

Fonte 2 - Não sei distinguir.

Fonte 3 - Pesquisa sobre a informação, programas de verificação de factos

Fonte 4 - Não sei.

Fonte 5 - Verificar se existe a mesma foto noutro lado

Fonte 6 - Não sei

Fonte 7- Data, fonte e tipo de informação divulgada.

Fonte 8- Pesquisa na net

Fonte 9- verificar datas

Fonte 10- Grande parte do que se entende hoje como informação, pode ser fabricada. A primeira, e mais importante, ferramenta é questionar a razão para que se possa falsificar. Sempre que identificamos interessados nas informações, é mais fácil encontrar contraditório e desmontar os argumentos de campanha.

Fonte 11- Não sei

Fonte 12- Análise do conteúdo e da fonte.

Fonte 13 – Não sei

Fonte 14- Televisão

Fonte 15- Não sei

Fonte 16 – Procurar a fonte

Fonte 17 – Não tenho conhecimento

Fonte 18 – Procurar pela fonte/autoria da mesma, veracidade dos factos

Fonte 19- Não sei

Fonte 20 – Tentava investigar

Fonte 21- Fonte da informação, procurar mais informação. No caso duma imagem existe apps que poderem o verificar

Fonte 22 – Não sei.

Fonte 23- Não sei

Fonte 24- Depende mas como referi em cima não sei se seria capaz de comprovar!!! Podia tentar procurar mais notícias para ver as informações batem certo ou não. Se fosse foto ou vídeo podia ser um *photoshop* mal feito e ter alguma falha.

Fonte 25- Não sei

Fonte 26 – Recorreria à polícia

Fonte 27 – A informação através de pesquisa intensiva, a fotografia e o vídeo talvez através de pesquisa também (se for por exemplo em relação a datas históricas, procurar erros ou elementos que não faria sentido fazer parte da fotografia no contexto em que se encontrava), mas acredito ser mais complicado.

Fonte 28- Google imagens

Fonte 29 – Não faço ideia

Fonte 30- Ver as restantes fotos

Fonte 31 - .

Fonte 32 - A sua qualidade

Fonte 33- Não sei

Fonte 34 - Não sei

Fonte 35 – Data

Fonte 36 - Ver em outras notícias

Fonte 37 - verificar fonte, data, se a imagem foi utilizada para outros fins, a coerência dos factos.

Fonte 38 - Direitos de autor

Fonte 39 - A internet

Fonte 40 – Não sei

Fonte 41 – Não sei

Fonte 42 – Na

Fonte 43 – Não sei

Fonte 44 – O website de onde provém a informação

Fonte 45 – Não sei

Fonte 46 – Pc

Fonte 47 – Procurar pela fonte e autoria da notícia.

Fonte 48 – Ir aos detalhes e pesquisar

Fonte 49 – Não sei

Fonte 50 - Verificar a sua origem, ver se é uma fotografia/vídeo tirada fora do contexto, verificar a sua data, etc.

Fonte 51 – Não sei, no entanto procuraria em motores de busca como o Google

Fonte 52 – O jornal polígrafo faz esse trabalho. Confrontar factos, contactar pessoas, locais analisando tudo

Fonte 53 – Não sei

Fonte 54 – Estudo dos acontecimentos presentes nessas fotografias, dados cronológicos, etc

Fonte 55 – Não sei

Fonte 56 – Data, autoria, meio de divulgação

Fonte 57 – marca de água

Fonte 58 – Internet

Fonte 59 – Verificar a origem e investigar

Fonte 60 – Uma deles o autor

Fonte 61 – Pesquisa da fotografia/vídeo, definições da fotografia/vídeo, por vezes dá para ver a data de criação, local, etc

Fonte 62 – Pesquisa

Fonte 63 – Perguntar e informar-me ao máximo sobre a questão

Fonte 64 – Pesquisas. Contactar as entidades envolvidas.

Fonte 65 – Com Photoshop

Fonte 66 – Com Photoshop

Fonte 67 – Podemos verificar através do órgão de comunicação ou do autor, as fontes, em relação as imagens ver se as mesmas já foram utilizadas anteriormente e verificar o próprio conteúdo, ver os factos

Fonte 68 – Verificava a fonte e iria ver a sítios que sei de antemão que são de confiança

Fonte 69 – falar com a pessoa em causa ou com uma entidade que pudesse validar a informação

Fonte 70 – Não sei

Fonte 71 – Não sei

Fonte 72 – Procurando mais sobre o tema em si, sobre a informação que me chegou às mãos. Há sempre mais do que uma notícia sobre o assunto

Fonte 73 – Não sei

Fonte 74- No primeiro caso, iria procurar pela fonte e autoria da notícia. Além disso, também poderia colocar o título no Google, para perceber se existiam outros sites com a mesma informação. Em relação à fotografia, também poderia utilizar o Google em que é possível fazer o upload de uma imagem. Para averiguar se um vídeo é verdadeiro ou falso podia recorrer à ferramenta Deepfake.

Fonte 75 – Verificar a autenticidade do site em questão

Fonte 76 – não sei

Fonte 77- Não sei

Fonte 78 – Verificar sempre o autor, se é confiável.

Fonte 79 – Não sei

Fonte 80 – Fonte, Data, Informação...

Fonte 81 – Não sei

Fonte 82 – Pesquisar nas redes sociais

Fonte 83 – Começar por entender o contexto do conteúdo que estou a interpretar, e daí procurar, por exemplo, em jornais digitais notícias relacionadas com o tal contexto. Ou então se for o caso, artigos históricos. Datas, locais, intervenientes, tudo o que pudesse ajudar-me a chegar a alguma conclusão da veracidade do conteúdo.

Fonte 84 – Não sei

Fonte 85 – Pesquisava em sites fidedignos, e em jornais fidedignos

Fonte 86 – Não sei

Fonte 87 – tentar procurar a fonte

Fonte 88 – Pesquisa sobre a fonte

Fonte 89 – Redes sociais, internet no geral

Fonte 90 – Não sei

Fonte 91 – Pesquisas

Fonte 92 – Google

Fonte 93 – Podemos ver isso através da data, pesquisar mais sobre o assunto e ver se é fidedigno ou não

Fonte 94 – Procurar outras fontes

Fonte 95 – Comparação com outras do mesmo gênero e procura em fontes fidedignas se têm a mesma informação.

Fonte 96 – Não sei

Fonte 97 – A fonte

Fonte 98 – Verificar se são de meios de comunicação fidedignos, se são atuais, se a informação está igual em vários websites de instituições diferentes

Fonte 99 – Existe sites que ajudam como ferramenta, exemplo o cctic de Santarém.

Fonte 100 – Nenhuma

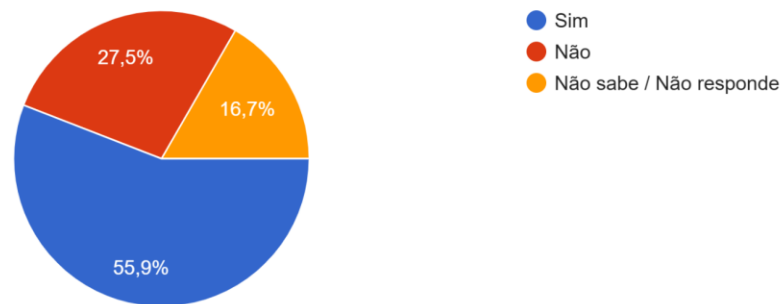
Fonte 101 – Pesquisa

Fonte 102- Falaria com alguém entendido nessa matéria porque eu não sei. A minha única tarefa seria perceber se o que tenho em mãos é verdadeiro fazendo uma recolha de informações acerca daquele tema

A opinião do cidadão é importante

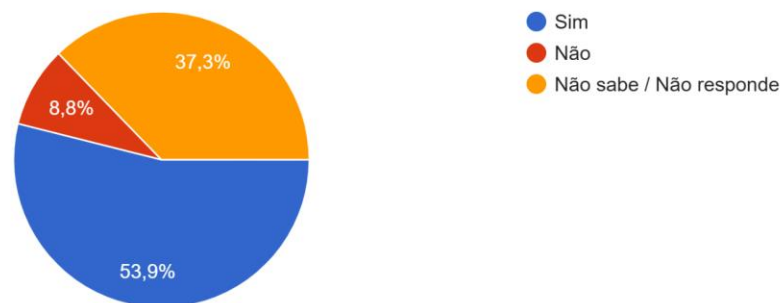
Considera que as práticas jornalísticas dos meios de comunicação social promovem o conceito de literacia dos media?

102 respostas



Acha importante serem realizados mais projetos ligados à literacia dos media?

102 respostas



Se respondeu sim, indique porquê.

45 respostas

Fonte 5 – Para cada vez mais haver uma utilização responsável da internet

Fonte 7 - Promover o pensamento crítico e a cidadania em contextos digitais.

Fonte 12 - Porque promove uma melhor comunicação.

Fonte 16 - Para que os cidadãos fiquem ainda mais info6

Fonte 18 - Hoje em dia, são várias as notícias falsas que circulam na internet. É necessário educar os mais jovens em como usar a internet de forma responsável e cuidada.

Fonte 22 - Porque penso ser importante para a construção cívica individual.

Fonte 27- Para instruir as pessoas sobre e para atualizar os dados para futuros projetos.

Fonte 28- Porque cada vez mais é necessário haver uma prática cuidada e responsável dos media.

Fonte 29- Existe muita desinformação de fontes aparentemente fidedignas

Fonte 35 - Ajuda do cidadão

Fonte 37 - Porque há muito gente desinformada a transmitir e a acreditar em falsa informação formando opiniões que não são corretas ou verdadeiras.

Fonte 42 - Mais informações

Fonte 44 - Dar mais conhecimento as pessoas

Fonte 47- Nada nunca é demais

Fonte 50 - Para as pessoas informarem-se de forma mais consciente

Fonte 51 - Porque a “não informação” é cada vez mais abundante e é preciso reeducar a informação

Fonte 53 - Para haver mais informações

Fonte 56 - Para potenciar a cidadania e participação crítica das pessoas.

Fonte 57 - educação da sociedade

Fonte 58 - Para não se perder o interesse , não deixar morrer a literacia, e pelo bem geral da comunidade, literacia = literatura = conhecimento = bem em geral da sociedade

Fonte 59 - Diversificar

Fonte 61 - Ainda há muito a fazer em relação à educação dos media e da cidadania digital, no que diz respeito à divulgação de informação e/ou notícias.

Fonte 62 - Porque o futuro está nisso.

Fonte 64 - É necessário manter os cidadãos informados, evitando que sejam alvo das ditas fake news e a terem uma confiança com os próprios media

Fonte 65 - Acho que deveriam ser um exemplo para a sociedade

Fonte 66 - Acho que deveriam ser um exemplo para a sociedade

Fonte 70 – Para aumentar a qualidade e veracidade das notícias do digital

Fonte 71 – Para haver mais conhecimento

Fonte 72 – Para combater as notícias falsas e os sites falsos.

Fonte 74- Iria promover o pensamento crítico, prevenir a desinformação e destacar a importância da literacia mediática no dia a dia.

Fonte 75 – Porque são projetos importantes para a formação do indivíduo

Fonte 76 – é importante para o desenvolvimento da humanidade

Fonte 77- Para passar mais a informação e sensibilizar para o uso correto da Internet

Fonte 78 – Hoje em dia tudo é digital, tudo cria conteúdos. Os jovens de hoje em dia sobretudo e os jovens do amanhã deveriam aprender essas técnicas para serem o melhor possível nos media

Fonte 80 – Porque pessoas devem estar informadas e saber identificar notícias falsas.

Fonte 83 – A maioria dos media mais assistidos/consultados hoje em dia são sensacionalistas, com tendência a moldar a opinião do recetor. Para mim isto é o contrário do que o jornalismo devia ser. Devia ter dar a conhecer a realidade tal como ela é, sem opiniões.

Fonte 85 – Porque o povo português é pouco culto literariamente

Fonte 86 – Para uma maior consciencialização da temática.

Fonte 88 – Para as pessoas estarem mais informadas.

Fonte 92 – Existe ainda uma grande lacuna na sociedade nessa vertente. Por isso, é necessário projetos que os ajudem e eduquem.

Fonte 95 – Para que as pessoas tenham mais acesso a informação que estimulem o conhecimento.

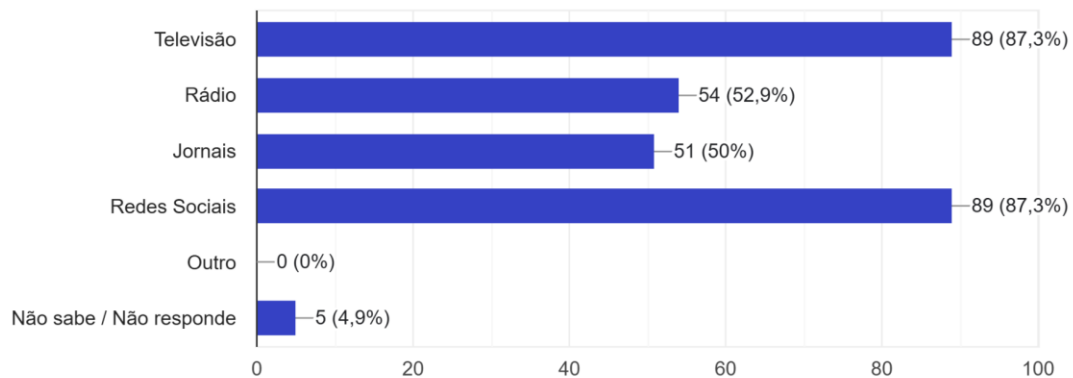
Fonte 99 – Para incentivar os cidadãos a quererem estar mais atualizados, a ter melhor comunicação assertiva, a serem mais proativos.

Fonte 101 – Para informar mais as pessoas nesse sentido

Fonte 102- A informação não chega a todos os cidadãos da mesma forma.

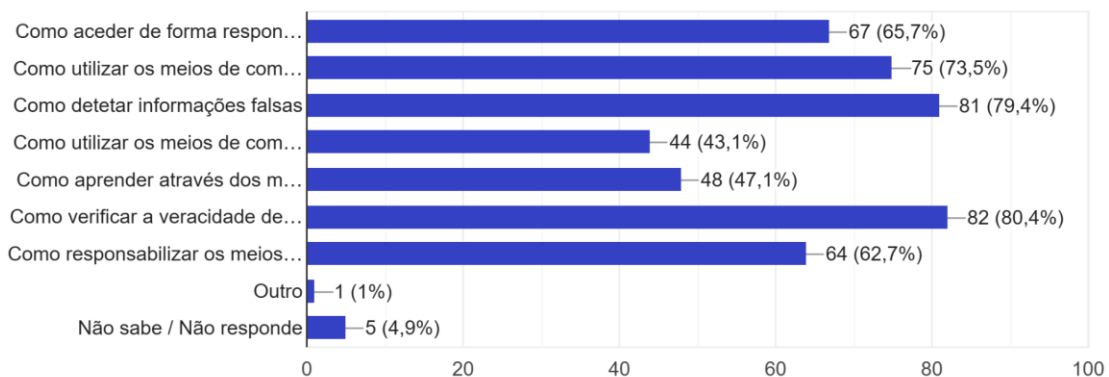
Em que meios acham que deveriam ser implementados os projetos?

102 respostas



Que temas considera que seriam importantes explorar num projeto de Literacia dos media implementado nos meios de comunicação (televisão, rádio, jornal e online)?

102 respostas



Se respondeu "Outro", indique qual.

Fonte 7 - Igualdade de género e prevenção da violência

Fonte 23 - 2 alternativas de escolha em cima é a mesma opção.

Tendo por base infografias já criadas no âmbito da literacia dos *media*, o que considera que seria relevante acrescentar? E qual o espaço que deveria preencher?

102 respostas

Fonte 1 – Não sei

Fonte 2 - Não sei o que significa.

Fonte 3 - Incentivar o fim do ódio gratuito e das mensagens

ofensivas

Fonte 4 - Não sei.

Fonte 5 - Não sei

Fonte 6 - Não sei

Fonte 7- Parecem-me bem.

Fonte 8- Conceitos ligados a juventude

Fonte 9- não sei

Fonte 10- Como validar a fonte? Existem fontes neutras?

Fonte 11- Não sei

Fonte 12- Valores éticos e morais.

Fonte 13 – Não sei

Fonte 14- Não sei

Fonte 15- Não sei

Fonte 16 – 4

Fonte 17 – Não sei

Fonte 18 – Imagem

Fonte 19- Não sei

Fonte 20 – Não sei

Fonte 21 - .

Fonte 22 – Não sei

Fonte 23- Não sei

Fonte 24- Não sei

Fonte 25- Não tenho nada acrescentar

Fonte 26 – Não sei / Não entendo a questão

Fonte 27 – Nada a acrescentar

Fonte 28- Não sei bem

Fonte 29 – Conteúdos alternativos

Fonte 30- Não sei

Fonte 31 - .

Fonte 32 - Tentar mostrar provas concretas

Fonte 33- Não sei

Fonte 34 – Não sei

Fonte 35 – Não sei

Fonte 36 - Mais informação

Fonte 37 - Simplificar a informação

Fonte 38 - Nada

Fonte 39 -

Fonte 40 - Não sei

Fonte 41 – Não sei

Fonte 42 – Na

Fonte 43 – Não sei

Fonte 44 – Um vídeo curto seria mais apelativo

Fonte 45 – Não sei

Fonte 46 – Nada

Fonte 47 – Devia preencher todos os espaços possíveis

Fonte 48 – Não tenho mais nada a acrescentar

Fonte 49 – Não sei

Fonte 50 - Não sei

Fonte 51 – Acho que está tudo!

Fonte 52 – -

Fonte 53 – Explorar mais a parte da infografias

Fonte 54 – Infelizmente os meios sociais estão mais preocupados com audiências e vendas do que com a veracidade das informações. Devíamos dotar as pessoas de ferramentas para puderem tirar as suas conclusões.

Fonte 55 – Não sei

Fonte 56 – Não sei se existira algo a acrescentar.

Fonte 57 – não sei

Fonte 58 – Sim, acho importante acrescentar e em grande quantidade, uma vez , que vivemos numa sociedade antiquada e sem grande níveis escolares ...

Fonte 59 – Informações acessíveis aos mais novos/crianças

Fonte 60 – Nenhum

Fonte 61 – Consequências de difundir informação falsa

Fonte 62 – Não tenho opinião formada sobre isso

Fonte 63 – Não sei

Fonte 64 – Uma espécie de “semáforo” como o usado no Polígrafo da SIC. Ocupando espaço de destaque por ser uma forma rápida de os cidadãos perceberem a veracidade por detrás de uma informação

Fonte 65 – Não sei

Fonte 66 – Não sei

Fonte 67 – Como verificar a veracidade da informação

Fonte 68 – Não sei

Fonte 69 – não sei

Fonte 70 – Não sei

Fonte 71 – Não sei

Fonte 72 – Devia de preencher ao ponto de a percentagem de pessoas enganadas diminuir

Fonte 73 – Não sei

Fonte 74- No caso de um vídeo falso, seria interessante ter o QR *Code* que remete-se para a ferramenta Deepfake.

Fonte 75 – Não tenho mais nenhuma a acrescentar

Fonte 76 – não sei

Fonte 77- Informação que chegue mais facilmente aos adolescentes

Fonte 78 – .

Fonte 79 – Não sei

Fonte 80 – Mais informação na televisão, rádio, podcast...

Fonte 81 – Não sei

Fonte 82 – Nada

Fonte 83 – Nada a acrescentar.

Fonte 84 – Não sei

Fonte 85 – Não acrescentava nada

Fonte 86 – *Webgrafia*

Fonte 87 – não tenho uma opinião formada

Fonte 88 – Nada a acrescentar.

Fonte 89 – Não sei

Fonte 90 – Não sei

Fonte 91 – Não faço ideia

Fonte 92 – Ter uma atitude proativa na Internet

Fonte 93 – Não sei

Fonte 94 – Não sei

Fonte 95 – Não tenho conhecimento para fornecer uma resposta a esta questão.

Fonte 96 – Não sei o que responder

Fonte 97 – Não sei

Fonte 98 – Acho que já tem toda a informação relevante aqui esclarecida

Fonte 99 – Haver mais partilha e Formação

Fonte 100 – Não sei

Fonte 101 – Não partilhar conteúdos sensíveis

Fonte 102- Fazer não só infografias visuais mas sim audiovisuais.

No caso de pequenos vídeos que poderiam ser passados em televisão, que tipo de conteúdo gostaria de ver a explicar a desinformação? E qual a duração que deveria ter?

102 respostas

Fonte 1 – Menos de 1 minuto, algo rápido mas que captasse atenção

Fonte 2 - O conteúdo é a cidadania digital e deveria ser breve para entrar no ouvido.

Fonte 3 - Vídeos curtos sobre a desinformação e a cordialidade

Fonte 4 - O assunto é a cidadania digital e a duração é breve.

Fonte 5 – 15s

Fonte 6 - Não sei

Fonte 7- Factos.

Fonte 8- Conteúdo ligado a adolescência

Fonte 9- podcast

Fonte 10- Como validar a fonte? Existem fontes neutras? Vídeos entre 30" e 3'

Fonte 11- Como saber quais são as notícias falsas. Duração 30 minutos

Fonte 12- Curtos e baseados em exemplos práticos.

Fonte 13 – 2 min

Fonte 14- Não sei

Fonte 15- Ns

Fonte 16 – Todo o tipo de conteúdos. O tempo deveria ser conforme o assunto e pela forma de cativar.

Fonte 17 – Não sei

Fonte 18 – Duração curta (máx. 2mins)

Fonte 19- Entre intervalos de programas 3min

Fonte 20 – .

Fonte 21- Pelo menos 1 min. Deveria de ser passado em horários nobres

Fonte 22 – 5 minutos

Fonte 23- Não sei

Fonte 24- Deveria ser curto e direto!

Fonte 25- Não sei

Fonte 26 – Algo apelativo e com pouco discurso. Às vezes menos é mais...

Fonte 27 – Conteúdos pertinentes e rápidos.

Fonte 28- Não sei bem

Fonte 29 – Breve

Fonte 30- Cibersegurança

Fonte 31 - .

Fonte 32 - Um vídeo curto e muito fácil de perceber

Fonte 33 – Não sei

Fonte 34 – Não sei

Fonte 35 – Atualidade

Fonte 36 - Dois minutos

Fonte 37 - vídeos curtos e simples, desmistificando algumas informações que muitos consideram credíveis, com exemplos, mas sem teorias da conspiração.

Fonte 38 - Vídeo interativo, 30 segundos

Fonte 39 -

Fonte 40 - Pequenos vídeos mas impactantes

Fonte 41 – Breves ou perdemos a atenção

Fonte 42 – Curto

Fonte 43 – Não sei

Fonte 44 – Duração de 1 minuto no máximo e o conteúdo seria como identificar notícias falsas

Fonte 45 – Formação

Fonte 46 – Comédia 1h

Fonte 47 – Como verificar a veracidade de notícias e imagens

Fonte 48 – O fato de escrever o que se quer sem medir consequências. A duração deveria ser curta para não haver divagações e cansar

Fonte 49 – Redes sociais

Fonte 50 - Vídeos apelativos e fáceis de interpretar para todos os públicos-alvo de curta duração

Fonte 51 – Em média 30seg

Fonte 52 – -

Fonte 53 – No mínimo 5 minutos

Fonte 54 – Vídeos com explicações curtas mas concretas com duração entre 20 a 30 minutos

Fonte 55 – Não sei

Fonte 56 – Informações base para chegar ao máximo de pessoas possível - reforçaria quem já sabe e acrescentaria novas infos a quem não sabe.

Fonte 57 – 2-3 minutos

Fonte 58 – Mostrar importância da informação, veracidade da mesma , nunca vídeos longo. Diretos e frontais de carácter geral e importantes sujeitos

Fonte 59 – Identificar informações falsas 25 min

Fonte 60 – No máximo 1:50

Fonte 61 – 30 a 60 segundos, o que é desinformação, como verificar

Fonte 62 – 3 minutos, através de exemplos práticos

Fonte 63 – Curta e clara

Fonte 64 – Conteúdos que explicassem a importância de aceder às fontes fidedignas de informação, de breve duração cuja mensagem fosse transmitida com simplicidade

Fonte 65 – 1 m

Fonte 66 – 1 m

Fonte 67 – 15 minutos o máximo

Fonte 68 – Curta

Fonte 69 – deveria ser curto, não mais do que 30 segundos

Fonte 70 – Um vídeo explicativo, com duração de 1 minuto

Fonte 71 – Pequenos vídeos e com conteúdo explícito

Fonte 72 – Qualquer um dos conteúdos desde que informa-se realmente que seria falso

Fonte 73 – 3 min

Fonte 74- Conteúdo: como detetar informações falsas; Duração: 20 minutos.

Fonte 75 – Este tipo de conteúdo de saber determinar uma notícia falsa, 30min

Fonte 76 –30seg

Fonte 77- Informação com linguagem de adolescentes para ser absorvida

Fonte 78 – Vídeos curtos de 15mnts

Fonte 79 – Não sei

Fonte 80 – Vídeos informativos e compactados, no máximo 30seg. Com linguagem de fácil compreensão.

Fonte 81 – Não sei

Fonte 82 – Que tudo o que é partilhado nas redes sociais não significa que é verdadeiro

Fonte 83 – Nos tempos correntes o *attention span* do indivíduo comum é muito curto, fruto do enorme fluxo de informação que certas redes sociais nos habituaram. Então tem que ser algo chamativo, conciso mas que passe uma mensagem forte. Exemplo, demonstrações de falsas informações, ou demasiado biased, disseminadas na televisão pública, com um apelo à interpretação crítica dessa mesma informação.

Fonte 84 – Não sei

Fonte 85 – 1 minuto apenas, conteúdo sobre a Internet

Fonte 86 – Conteúdo fidedigno...

Fonte 87 – informação geral, curta duração

Fonte 88 – Vídeos que explicam como detetar notícias falsas. 30 segundos no máximo

Fonte 89 – Não sei explicar

Fonte 90 – Não sei se este assunto se pode aplicar, mas talvez algo relacionado com a saúde, por exemplo, a prática de suporte básico de vida. Um vídeo curto mas com informação clara e demonstrativa

Fonte 91 – 1 minuto

Fonte 92 – Conteúdos basilares no que concerne à literacia dos media. Vídeos curtos para captar mais facilmente a atenção das pessoas

Fonte 93 – Duração relativamente curta para captar a atenção do espectador

Fonte 94 – 1 min

Fonte 95 – O conteúdo não sei indicar a duração esta deveria ser a menor mas de forma a que toda a informação fosse transmitida de forma clara.

Fonte 96 – Vídeos curtos e objetivos seria o ideal

Fonte 97 – 1 minuto

Fonte 98 – Vídeos que se podem concentrar em conceitos chave relacionados à desinformação, como identificar fontes confiáveis, verificar fatos e reconhecer técnicas comuns de manipulação da informação. Eles devem ser concisos e ter uma abordagem direta para transmitir informações essenciais ao público que cada vez se torna mais desatento a vídeos de longa duração.

Fonte 99 – 15 minutos. Importância de ter tempo pessoal e de família. Momentos de qualidade com os filhos.

Fonte 100 – Nenhuma ideia

Fonte 101 – Exemplos de casos em que a desinformação gerou confusão. 1 minuto

Fonte 102- Pensando na população mais envelhecida de Portugal, deveria ser um vídeo de como digerir toda a informação que recebemos hoje em dia, breve e conciso.

No caso de um podcast, que assuntos gostaria que fossem abordados tendo em consideração o assunto literacia dos media? E qual a duração que deveria ter?

- Fonte 1** – Explicar como de deve navegar em redes sociais
- Fonte 2** - O conteúdo deveria ser de pouco de tudo e a duração é pequena.
- Fonte 3** - Os mesmos é que os podcasts não fossem muito longos
- Fonte 4** - O assunto é a cidadania digital e a duração é pequena.
- Fonte 5** - 5m
- Fonte 6** - Não sei
- Fonte 7**- Igualdade de género e prevenção da violência. 2-3’
- Fonte 8**- Assuntos ligados, a violência, e como trava la
- Fonte 9**- falar sobre a desinformação e os cuidados a ter
- Fonte 10**- Como validar a fonte? Existem fontes neutras?
- Fonte 11**- Informação sobre como bloquear informações falsas
- Fonte 12**- A abordagem crítica dos conteúdos. Meia hora.
- Fonte 13** – 2 min
- Fonte 14**- 30 min
- Fonte 15**- Ns
- Fonte 16** – Conhecimento Geral. A duração de 30 minutos.
- Fonte 17** – Não sei
- Fonte 18** – Utilizar os media de forma responsável. Detecção de fake news. No máximo 10mins
- Fonte 19**- Todos
- Fonte 20** – .
- Fonte 21**- Os mencionados. 30 minutos
- Fonte 22** – As notícias falsas e como identificá-las. No caso de podcast, penso que 30/45 min seria o ideal.
- Fonte 23**- Não sei
- Fonte 24**- Deveriam explicar como uma pessoa deteta se uma foto e vídeo falsos. A duração deveria aproximadamente 30 a 40 min.
- Fonte 25**- Assuntos Tabu Períodos de 20/30 min
- Fonte 26** – Divulgar a desinformação, a manipulação dos mídia. Duração de 30min serem suficientes para um podcast com este tema.
- Fonte 27** – Os assuntos já referidos previamente e acredito que poderia ser longo, existindo uma maior discussão de cada tópico.

Fonte 28- Todas as formas de utilização correta etc

Fonte 29 – Depende das áreas de interesse de cada um

Fonte 30- Não sei

Fonte 31 –

Fonte 32 - Duração de 30 minutos

Fonte 33 – Não sei

Fonte 34 - Não sei

Fonte 35 – Não sei

Fonte 36 - Dois minutos

Fonte 37 - Desmistificar algumas informações que muitos consideram credíveis, com exemplos, mas sem teorias da conspiração.

Fonte 38 - Como acabar com as fake news

Fonte 39 - Empreendedorismo

Fonte 40 - Informação fidedigna

Fonte 41 – Breves ou perdemos a atenção

Fonte 42 – Curto para não saturar

Fonte 43 – Não sei

Fonte 44 – Podcast a duração de 30minutos e se já aconteceu ao convidado deparar-se com uma notícia falsa sua e o que fez

Fonte 45 – Formação

Fonte 46 – Como ser rico

Fonte 47 – Como prevenir a propagação de fake News

Fonte 48 – A mesma resposta acima indicada

Fonte 49 – 1h

Fonte 50 - Não tenho conhecimento suficiente desta forma específica de media para fazer uma sugestão

Fonte 51 – A desinformação existente

Fonte 52 – -

Fonte 53 – No mínimo 15 minutos

Fonte 54 – O mesmo que na resposta anterior

Fonte 55 – Não sei

Fonte 56 – Idem. Máximo 5min.

Fonte 57 – 20-30 minutos

Fonte 58 – A importância , a afluência , saídas promocionais ...

Fonte 59 – Como respeitar o próximo 7 min

Fonte 60 – Não sei

Fonte 61 – 15 a 20 minutos, sobre desinformação, consequências de proliferar desinformação, distinguir informação de notícia, como verificar os factos,...

Fonte 62 – Casos reais. 3 minutos

Fonte 63 – Curta

Fonte 64 – Não sei. Mas quanto a duração, abaixo de meia hora

Fonte 65 – Racismo

Fonte 66 – Racismo

Fonte 67 – 20-30 minutos

Fonte 68 – Penso que o podcast chegaria apenas a uma parte da população que tem mais conhecimentos/ manuseia melhor as redes Se fosse para abordar este tema penso que seria mais interessante utilizar um meio em que a inf fosse absorvida mais rápido e em pouco tempo do que ouvir durante uns minutos um podcast...

Fonte 69 – 20 minutos

Fonte 70 – Não sei

Fonte 71 – Não sei

Fonte 72 – Todos os assuntos necessários que combate-se as notícias falsas

Fonte 73 – Assuntos importantes. 2 min.

Fonte 74- Assunto: como aprender através dos meios de comunicação; Duração: 15 minutos

Fonte 75 – O mesmo, 30min

Fonte 76 – 30sed

Fonte 77- Como detetar conteúdo impróprio

Fonte 78 – No máximo 30mnts.

Fonte 79 – Não sei

Fonte 80 – Podcast deviam ser convidados especialistas da área. Mais longos e informativos. Com linguagem de fácil compreensão.

Fonte 81 – Não sei

Fonte 82 – O que torna um notícia, uma noticia

Fonte 83 – Não tenho sugestões para um novo podcast, mas posso indicar o que mais gosto de assistir: Programa cujo nome estamos legalmente impedidos de dizer (antigo governo sombra). Fala-se de todo o tipo de assuntos atuais relevantes, com comentadores de vários espectros políticos. Isto é ótimo porque temos acesso a ideias diferentes e, quem estiver aberto a tal, consegue perceber que não há só uma maneira de olhar para um assunto e somos constantemente desafiados com isso sem estarmos a ser moldados a tomar um partido, um lado da discussão. (Talvez) Sem querer, estarão a contribuir para a literacia dos media.

Fonte 84 – Não sei

Fonte 85 – 30 minutos máximo, como utilizar a Internet, e onde se deve aceder a informação fidedigna e como fazer queixa de sites falsos

Fonte 86 – Reflexão sobre as fake news

Fonte 87 – informação geral, curta duração para não perder o interesse

Fonte 88 – Notícias sobre sermos conscientes a usar os media.

Fonte 89 – Não sei

Fonte 90 – Como verificar a veracidade de uma informação e como responsabilizar alguém por ter transmitido informações falsas

Fonte 91 – 15 minutos

Fonte 92 – Igual ao caso da televisão

Fonte 93 – Não sei

Fonte 94 – Falsificação de notícias

Fonte 95 – Não consigo indicar, a duração o mais curto possível.

Fonte 96 – As pessoas hoje em dia gostam de coisas mais curtas e objetivas

Fonte 97 – 3 minutos

Fonte 98 – Os podcasts variam entre 20 minutos e 1 hora, dependendo da profundidade do conteúdo e do estilo de apresentação. O importante é encontrar um equilíbrio entre o fornecimento de informações relevantes e manter o interesse dos ouvintes acerca da literacia dos media ao longo do episódio, como por exemplo: como identificar informações factuais e atuais e como identificar informações falsificadas e vozes falsificadas (que cada vez mais acontece).

Fonte 99 – As pessoas conseguem desfrutar de tempo livre. Hobbies

Fonte 100 – Nenhum

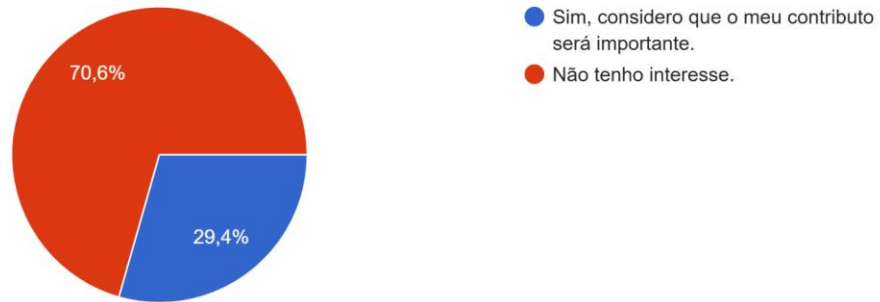
Fonte 101 – Contar histórias em que a desinformação teve um impacto negativo na vida dos envolvidos, para sensibilizar a não partilhar conteúdos sem conhecimento da verdade.

Fonte 102- Deveriam ser anunciadas quais (se existem) as características comuns a todas as informações falsas, quais os suportes mais fidedignos para a informação e deveria ter no máximo 30 minutos.

Participação no restante projeto

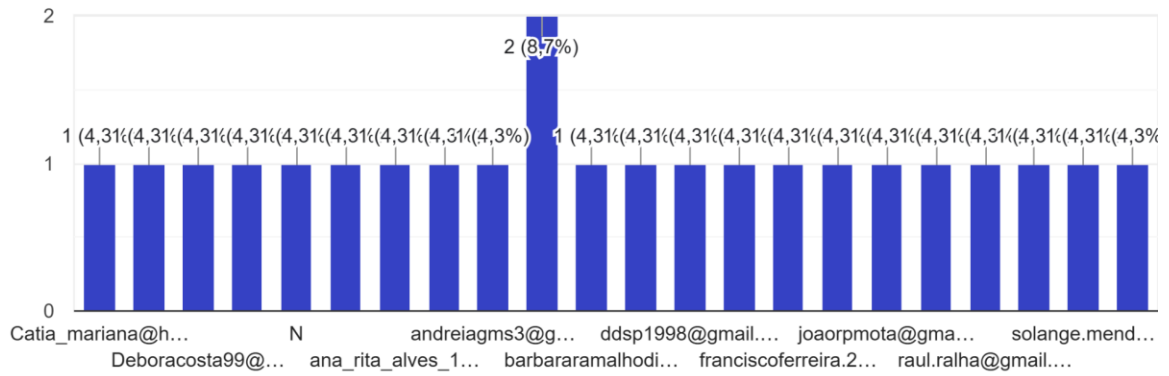
Teria interesse em participação na próxima fase do projeto referido?

102 respostas



Se tiver interesse em participar na próxima fase do projeto, deixe aqui o seu e-mail:

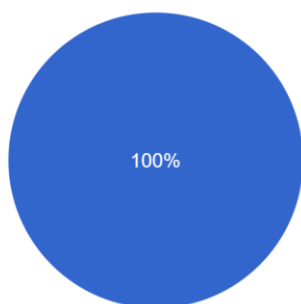
23 respostas



3. Que tipo de modelo/proposta de programa de literacia para os media poderá ser mais eficaz para educar os cidadãos?

Este trabalho observa o código ético em vigor na Universidade Lusófona. Assim, de forma a responder ao questionário, precisamos, primeiro, do seu consentimento.

101 respostas

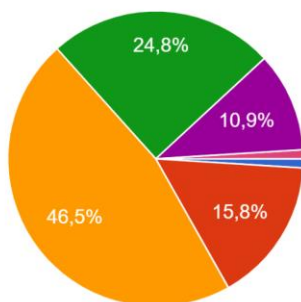


- Aceito voluntariamente responder a este questionário. Percebo que a minha opinião é importante para esta dissertação "O Minuto da Literacia: o futuro da educação para os media em todas as direções". Com efeito, autorizo que analisem as minhas respostas de forma anónima.
- Não aceito.

Dados sociodemográficos

Idade

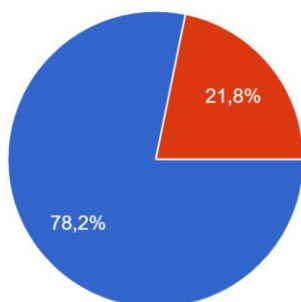
101 respostas



- Menos de 18 anos
- 18 a 24 anos
- 25 a 34 anos
- 35 a 44 anos
- 45 a 54 anos
- 55 a 64 anos
- 65 anos ou mais

Como define o seu género?

101 respostas



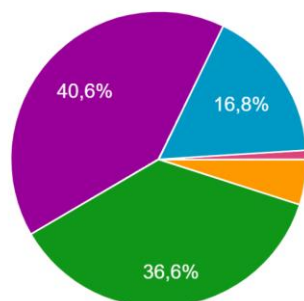
- Feminino
- Masculino
- Não binário
- Neutro
- Não sei
- Prefiro não revelar
- Outro

Se respondeu “outro”, indique qual, por favor.

Ainda não existem respostas a esta pergunta.

Escolaridade

101 respostas



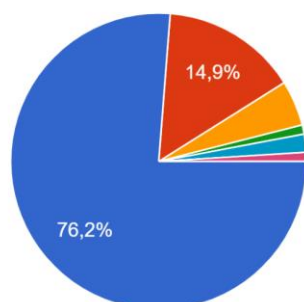
- 1º ciclo (1º ao 4º ano)
- 2º ciclo (5º ao 6º ano)
- 3º ciclo (7º ao 9º ano)
- Secundário (10º ao 12º ano)
- Ensino Superior: Licenciatura
- Ensino Superior: Mestrado
- Ensino Superior: Doutoramento
- Outro
- Nenhum

Se a resposta anterior foi “outro”, indique qual, por favor.

Ainda não existem respostas a esta pergunta.

A que região pertence?

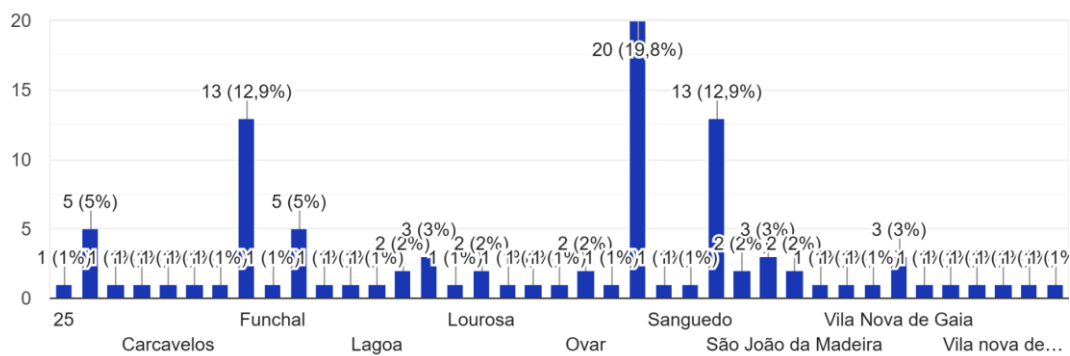
101 respostas



- Norte
- Centro
- Lisboa
- Aletenjo
- Algarve
- Açores
- Madeira

E em que cidade?

101 respostas



Fonte 1 - Aveiro

Fonte 2 - Santa Maria da Feira

Fonte 3 – Santa Maria da Feira

Fonte 4 - Porto

Fonte 5 - Aveiro

Fonte 6 – Gondomar

Fonte 7 - Porto

Fonte 8 – Porto

Fonte 9 - Fiães

Fonte 10 - São João da Madeira

Fonte 11 - Fiães

Fonte 12 – Santa Maria da Feira

Fonte 13 – Fiães

Fonte 14 – Gondomar

Fonte 15 – Fiães

Fonte 16 - Fiães

Fonte 17 - Fiães

Fonte 18 – Aveiro

Fonte 19 - santa maria da feira

Fonte 20 - Santa maria da feira

Fonte 21 – Porto

Fonte 22 – Gondomar

Fonte 23 - Penafiel

Fonte 24 - Vila Nova de Gaia
Fonte 25 - Santa Maria da Feira
Fonte 26 - Vila Nova de Gaia
Fonte 27 - Porto
Fonte 28 – Aveiro
Fonte 29 - Santa Maria da Feira
Fonte 30 – Vila Nova de Gaia
Fonte 31 - Fiães
Fonte 32 - Porto
Fonte 33 – Santa Maria da feira
Fonte 34 - Lisboa
Fonte 35 – Ovar
Fonte 36 – Porto
Fonte 37 – Porto
Fonte 38 – Valongo
Fonte 39 - Sanguedo
Fonte 40 – Vila Viçosa
Fonte 41 - Fiães
Fonte 42 - Fiães
Fonte 43 - Fiães
Fonte 44 – Fiães
Fonte 45 - Maia (Porto)
Fonte 46 – Lisboa
Fonte 47 - Lourosa
Fonte 48 – Vila do Conde
Fonte 49 – Barcelos
Fonte 50 – Porto
Fonte 51 – Ovar
Fonte 52 – Leiria
Fonte 53 – Porto
Fonte 54 - Braga
Fonte 55 – Porto
Fonte 56 – Santa Maria da Feira
Fonte 57 – Lagoa

Fonte 58 – Funchal
Fonte 59 – Maia
Fonte 60 – Vila Real
Fonte 61 – Santa Maria da Feira
Fonte 62 – Porto
Fonte 63 – Santa Maria da Feira
Fonte 64 – Porto
Fonte 65 – Fiães
Fonte 66 – Santa Maria da Feira
Fonte 67 – Porto
Fonte 68 – Guarda
Fonte 69 – Aveiro
Fonte 70 - Praia da Vitória
Fonte 71 – Santa Maria da Feira
Fonte 72 – Porto
Fonte 73 – Santa Maria da Feira
Fonte 74 – Leiria
Fonte 75 – Porto
Fonte 76 – Porto
Fonte 77 – Viseu
Fonte 78 – 25
Fonte 79 – Santa maria da feira
Fonte 80 – Lisboa
Fonte 81 – Santa Maria da feira
Fonte 82 – Santa maria da feira
Fonte 83 – Fafe
Fonte 84 – Fiães
Fonte 85 – Santa Maria da Feira
Fonte 86 – Vale de Cambra
Fonte 87 – Porto
Fonte 88 – Gondomar
Fonte 89 – Vila nova de Gaia
Fonte 90 – Viana do Castelo
Fonte 91 – Carcavelos

Fonte 92 – Porto

Fonte 93 – São João da Madeira

Fonte 94 – Guimarães

Fonte 95 – Coimbra

Fonte 96 – Odivelas

Fonte 97 – Gondomar

Fonte 98 – Porto

Fonte 99 – Santa Maria da Feira

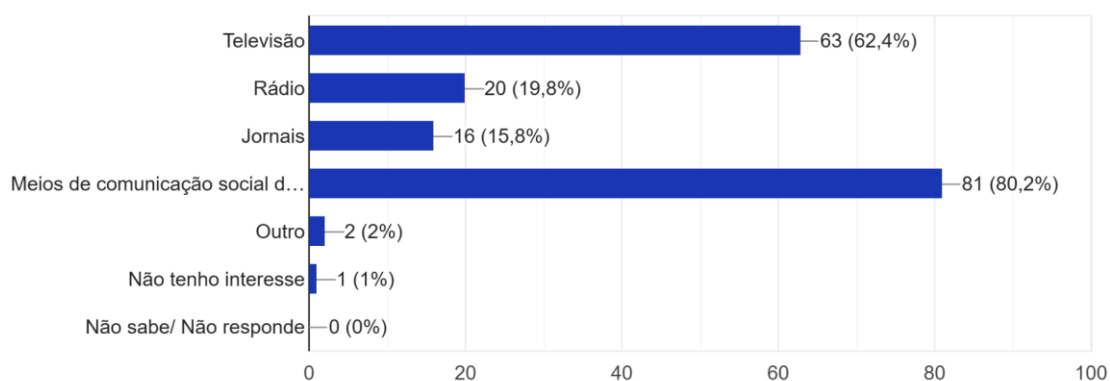
Fonte 100 – Lobão

Fonte 101 – Lourosa

Meios de Comunicação Social: Formato

Qual o meio de comunicação social onde teria maior interesse em ter acesso a conteúdo relacionado com literacia dos media?

101 respostas



Se respondeu "outro", indique por favor qual.

Fonte 8 - Redes Sociais

Fonte 71 - Plataformas de *streaming*

Qual o órgão de comunicação social, em específico, em que gostaria de ver difundidos os conteúdos sobre literacia dos *media*?

Fonte 1 - *Spotify*

Fonte 2 - Televisão

Fonte 3 – Jornal

Fonte 4 - Instagram e Facebook

- Fonte 5** - Tvi
- Fonte 6** – Televisão
- Fonte 7** - Televisão
- Fonte 8** – RTP
- Fonte 9** - Televisão
- Fonte 10** - Jornais nacionais
- Fonte 11** - N
- Fonte 12** – Televisão
- Fonte 13** – Televisão
- Fonte 14** – TV
- Fonte 15** – RTP 2
- Fonte 16** - Meios de comunicação social digital
- Fonte 17** - SIC
- Fonte 18** – TV
- Fonte 19** - televisão
- Fonte 20** - Medicina
- Fonte 21** – Em todos órgãos de comunicação
- Fonte 22** – A escolha do órgão de comunicação social para divulgar conteúdos sobre literacia dos media depende do público-alvo. Para jovens, redes sociais como Instagram, *TikTok* e YouTube são ideais. Para um público mais amplo, jornais como "Público" e "Expresso", canais de TV como RTP, SIC, TVI, e rádios como TSF são mais eficazes.
- Fonte 23** - Instagram
- Fonte 24** - Tv
- Fonte 25** - Televisão
- Fonte 26** - Meios de comunicação digital
- Fonte 27** - Televisão
- Fonte 28** – Tv
- Fonte 29** - Plataformas digitais
- Fonte 30** – Redes sociais
- Fonte 31** - Rádio
- Fonte 32** - Televisão
- Fonte 33** – Facebook
- Fonte 34** - Telemóvel/computador
- Fonte 35** – Não sei

Fonte 36 – *Phone*
Fonte 37 – Redes sociais
Fonte 38 – Digital
Fonte 39 - Televisão
Fonte 40 – Televisão
Fonte 41 - RTP
Fonte 42 - RTP
Fonte 43 - RTP
Fonte 44 – RTP
Fonte 45 - RTP
Fonte 46 – Instagram
Fonte 47 - Redes sociais
Fonte 48 – .
Fonte 49 – Televisão
Fonte 50 – Jornal
Fonte 51 – Televisão
Fonte 52 – Redes sociais
Fonte 53 – Telejornal
Fonte 54 - Através da televisão
Fonte 55 – Redes sociais
Fonte 56 – Instagram
Fonte 57 – Redes sociais
Fonte 58 – Instagram
Fonte 59 – Televisão
Fonte 60 – Telemóvel
Fonte 61 – Televisão
Fonte 62 – Instagram
Fonte 63 – RTP
Fonte 64 – Televisão
Fonte 65 – Televisão
Fonte 66 – Televisão
Fonte 67 – Jornal
Fonte 68 – Instagram
Fonte 69 – tv

Fonte 70 - TV e meios de comunicação social digital. Internet

Fonte 71 – RTP play

Fonte 72 – Cinema e televisão

Fonte 73 – TV

Fonte 74 – Televisão

Fonte 75 – Em todos.

Fonte 76 – Não tenho interesse

Fonte 77 – Internet

Fonte 78 – Telejornal

Fonte 79 – Televisão

Fonte 80 – Online

Fonte 81 – Jornais digitais

Fonte 82 – Impacto nos jovens

Fonte 83 – TV

Fonte 84 – Jornal de notícias

Fonte 85 – Instagram

Fonte 86 – Não sei

Fonte 87 – Jornal

Fonte 88 – RTP

Fonte 89 – TV

Fonte 90 – No digital

Fonte 91 – Televisão

Fonte 92 – Redes Sociais

Fonte 93 – redes sociais

Fonte 94 – Redes sociais

Fonte 95 – Todos

Fonte 96 – Instagram

Fonte 97 – Televisão

Fonte 98 – RTP (Rádio e Televisão de Portugal)

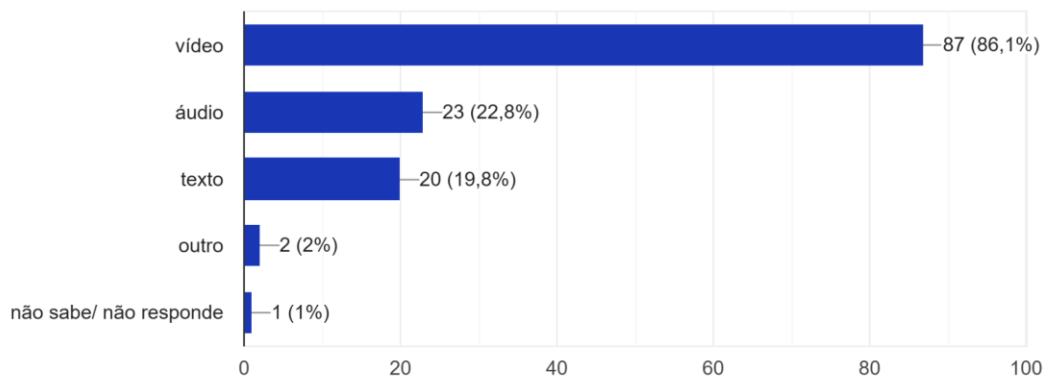
Fonte 99 – Televisão

Fonte 100 – RTP

Fonte 101 – Cinema

Que formato considera mais adequado para a criação de um programa sobre literacia dos media e do jornalismo?

101 respostas



Se respondeu "outro", indique por favor qual.

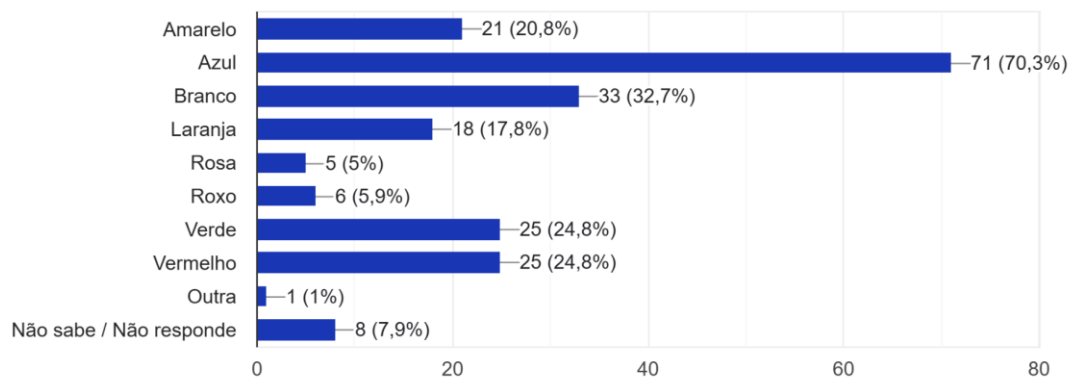
Fonte 10 - Todos

Fonte 75 - Desenhos animados

Apresentação e Conteúdo

As cores são um elemento que cativa a atenção. Que cores considera apropriadas para um programa sobre literacia e educação para os media?

101 respostas

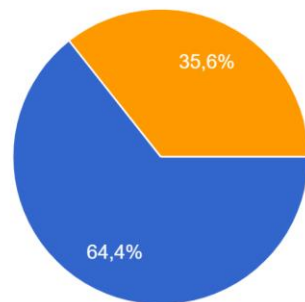


Se assinalou outra, indique qual por favor.

Fonte 24 - Todas as cores (desde que sejam suaves)

Quanto à linguagem a ser utilizada?

101 respostas



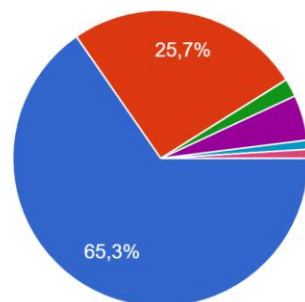
- Linguagem simples e direta
- Linguagem Científica
- Linguagem Mista (ambas)
- Outra

Se assinalou outra, indique qual, por favor.

Ainda não existem respostas a esta pergunta.

No caso, por exemplo, da imprensa, como preferia ver exposta a informação?

101 respostas



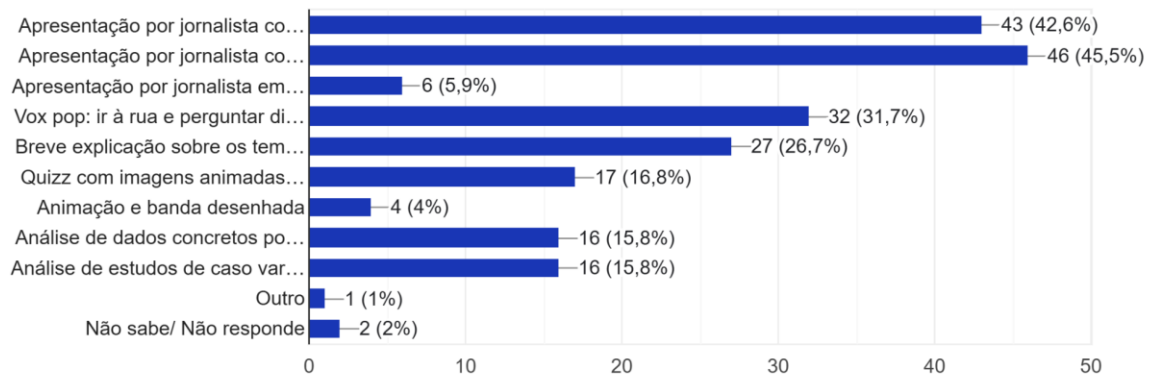
- Texto e imagem
- Imagens com pequeno texto, palavras-chave
- Texto
- Banda desenhada
- Explicadores
- Grafismos
- Dados
- Outro

Se respondeu "outro", indique qual, por favor.

Ainda não existem respostas a esta pergunta.

No caso dos meios televisivos, rádio ou digital online, por exemplo, qual a apresentação do programa que mais o cativaria?

101 respostas



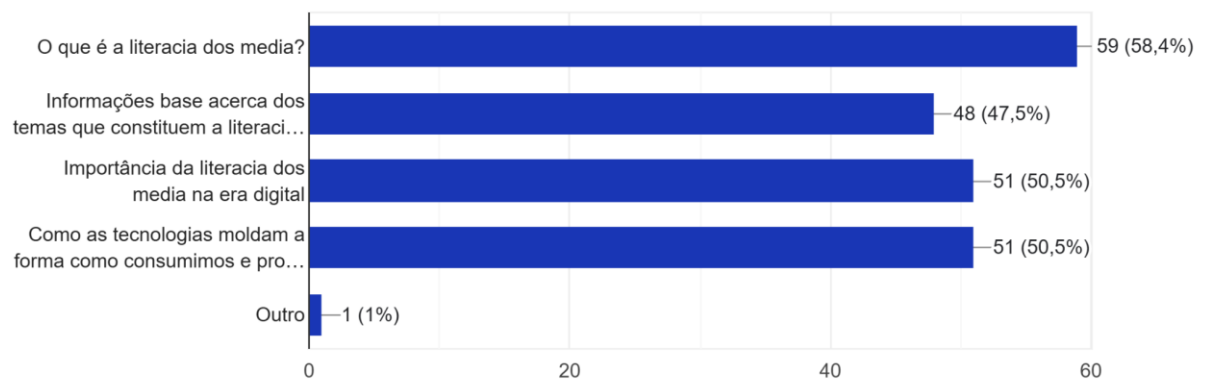
Se assinalou outro, indique qual por favor

Fonte 75 - Pequenas peças com locução e grafismo

No que concerne aos assuntos a serem apresentados, quais os temas que teria interesse em aprender?

Introdução à Literacia dos Media

101 respostas

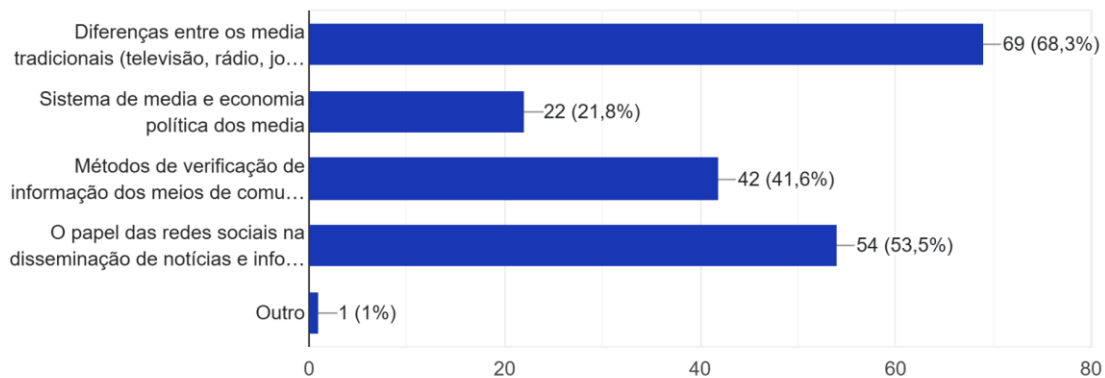


Se respondeu "outro", indique qual, por favor.

Ainda não existem respostas a esta pergunta.

Tipos de Media e as Suas Características

101 respostas

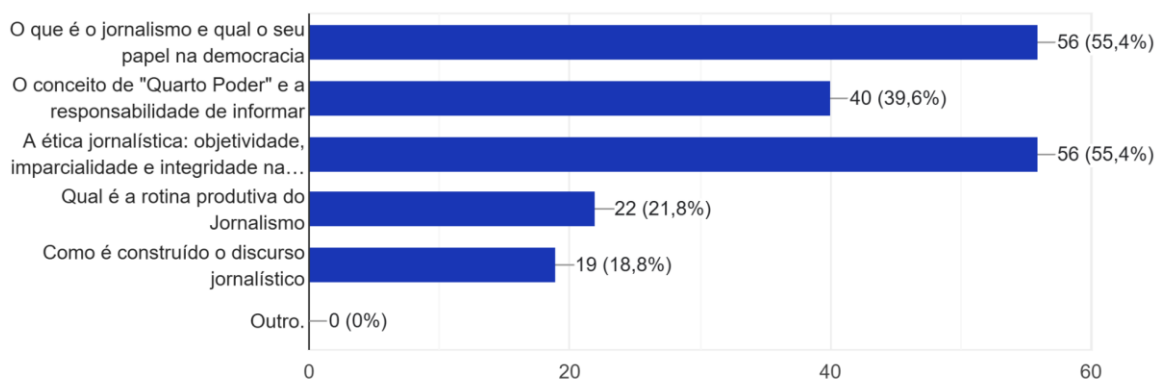


Se respondeu "outro", indique qual, por favor.

Ainda não existem respostas a esta pergunta.

Jornalismo: Papel e Função na Sociedade

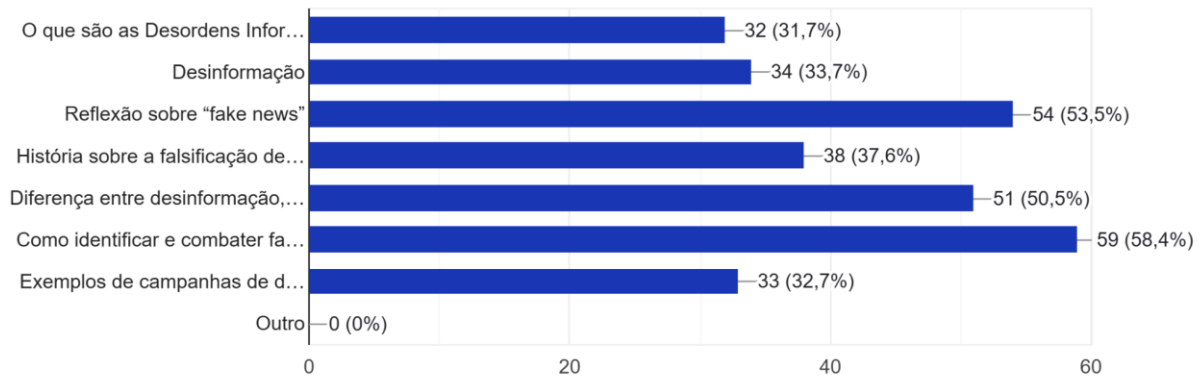
101 respostas



Se respondeu "outro", indique qual, por favor.

Ainda não existem respostas a esta pergunta.

Desordens Informativas: Fake News, desinformação, má informação e informação incorreta 101 respostas

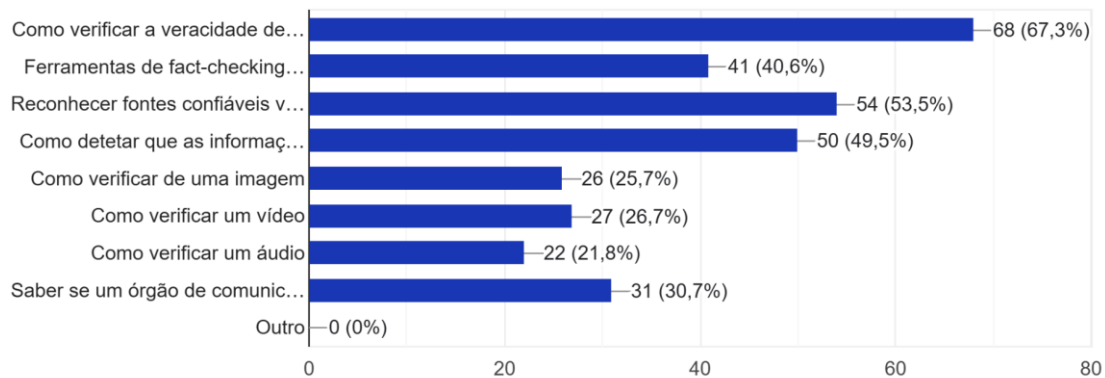


Se respondeu "outro", indique qual, por favor.

Ainda não existem respostas a esta pergunta.

Como Avaliar a Credibilidade das Fontes

101 respostas

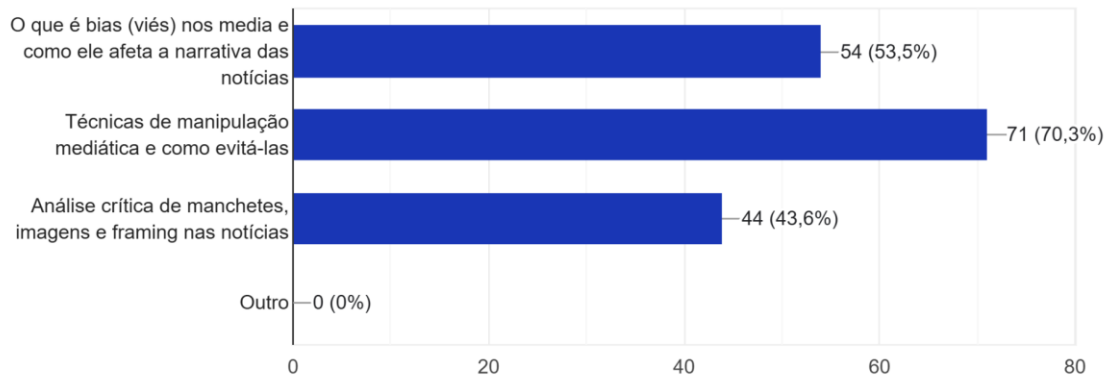


Se respondeu "outro", indique qual, por favor.

Ainda não existem respostas a esta pergunta.

Manipulação e Bias nos Media

101 respostas

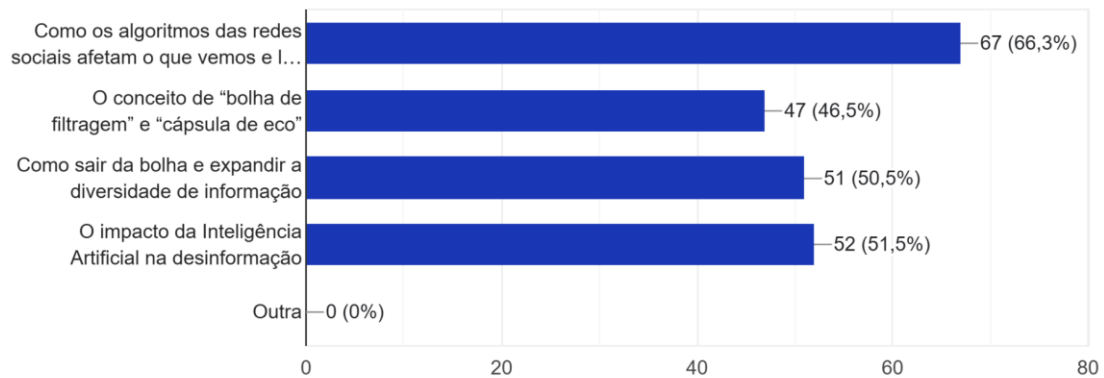


Se respondeu "outro", indique qual, por favor.

Ainda não existem respostas a esta pergunta.

Algoritmos, Bolhas de Filtragem e Cápsulas de Eco

101 respostas

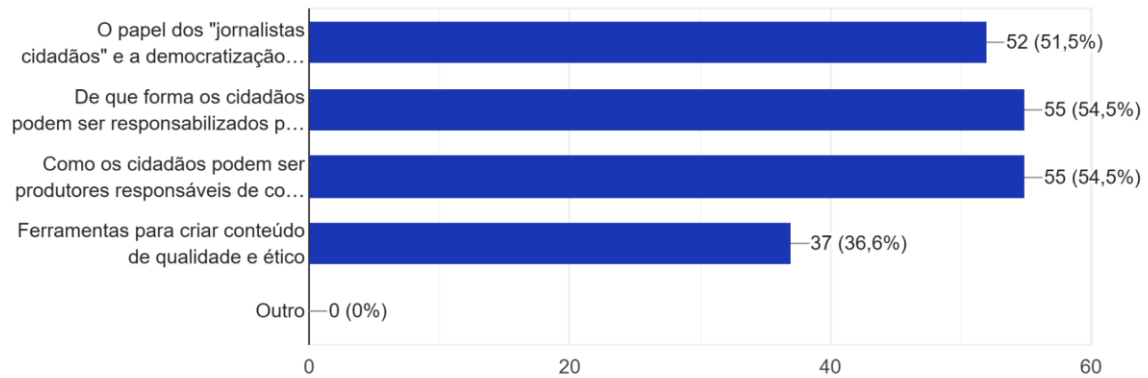


Se respondeu "outro", indique qual, por favor.

Ainda não existem respostas a esta pergunta.

O Papel dos Cidadãos no Consumo e Produção de Informação

101 respostas

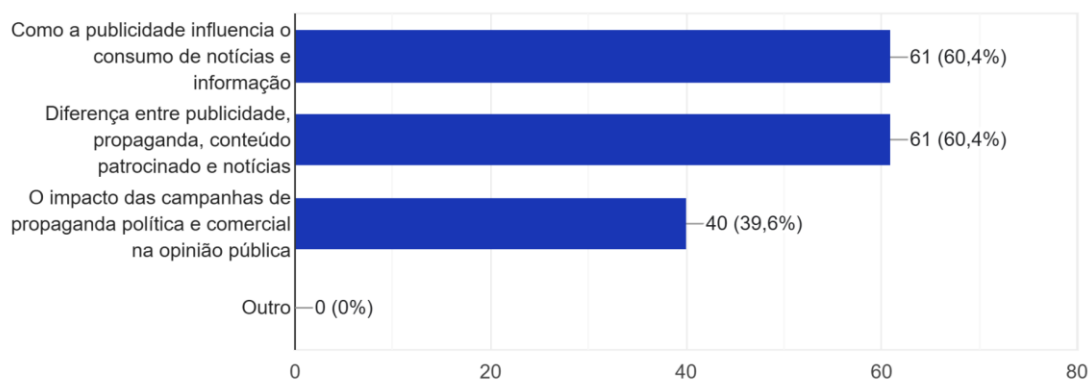


Se respondeu "outro", indique qual, por favor.

Ainda não existem respostas a esta pergunta.

Publicidade, Propaganda e Influência Mediática

101 respostas

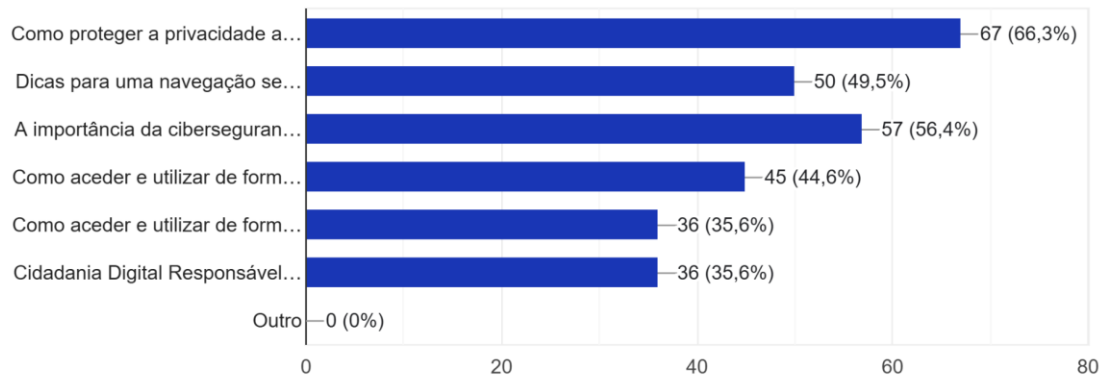


Se respondeu "outro", indique qual, por favor.

Ainda não existem respostas a esta pergunta.

Educação Digital e a Importância da Privacidade Online

101 respostas

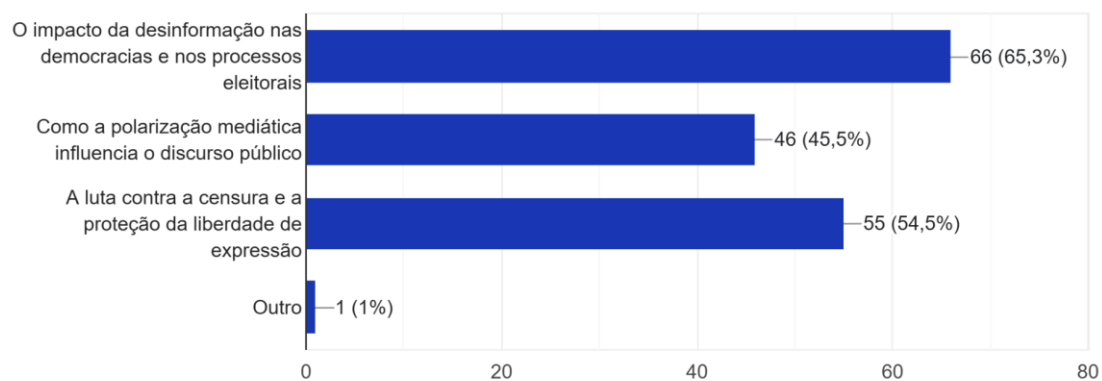


Se respondeu "outro", indique qual, por favor.

Ainda não existem respostas a esta pergunta.

Media e Democracia: Desafios na Era Digital

101 respostas

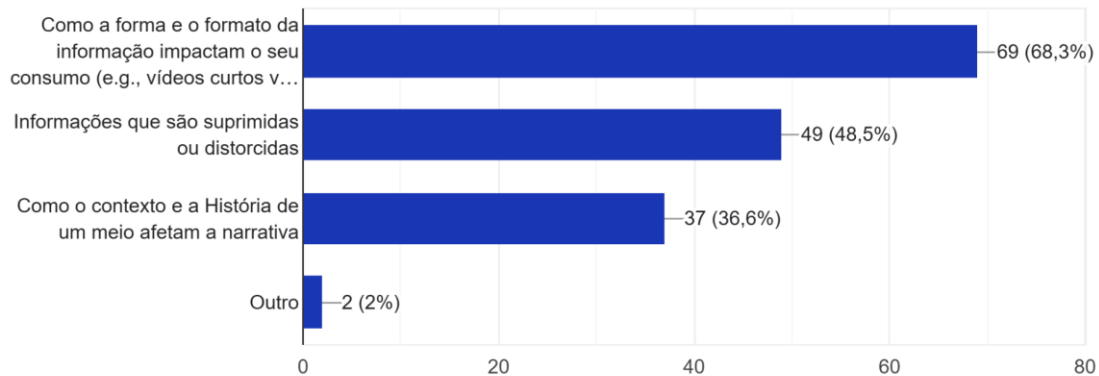


Se respondeu "outro", indique qual, por favor.

Ainda não existem respostas a esta pergunta.

Análise Crítica da Informação Visível e Invisível

101 respostas



Se respondeu "outro", indique qual, por favor.

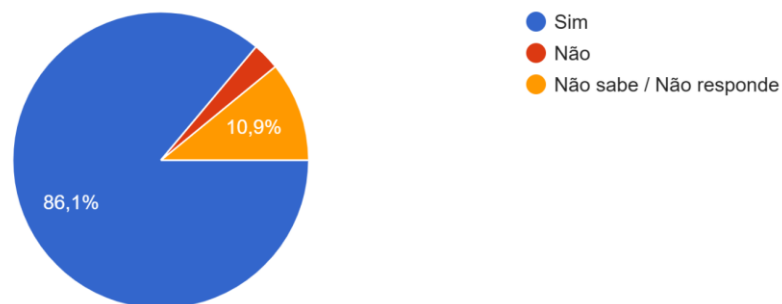
Ainda não existem respostas a esta pergunta.

Caso tenha mais algum tema como sugestão para qualquer um dos âmbitos mencionados anteriormente, indique qual.

Fonte 1 - Sobre a história da literatura

Considera que seria relevante a apresentação de todos os assuntos referidos nas questões anteriores, divididos em vários programas?

101 respostas



Porquê? Dê-nos uma breve ideia, por favor.

Fonte 1 - Para ficar mais explícito

Fonte 2 - Como não sou da área não tenho noção

Fonte 3 - Ficar dividido por temas

Fonte 4 - -

Fonte 5 - -

Fonte 6 – São assuntos do momento. Toda a informação sobre tais temas cria aprendizagem aos consumidores.

Fonte 7 - Não existe muita informação relacionada com estes assuntos. Um programa de meia hora por dia para também não cansar os ouvintes porque se o programa for muito extenso o ouvinte acaba por não ter interesse

Fonte 8 – Tal como a medicação, ela deve ser dada em doses moderadas para não matarmos o paciente com a cura.

Fonte 9 - Na minha opinião são assuntos que a maioria das pessoas não está atenta, mas que na realidade são bastantes úteis, em particular nos dias que nos encontramos onde a informação e o seu tratamento é extremamente importante para o sucesso e devido ao nosso abuso na utilização dos meios online que ainda não são bem tratados por todos nós. Uma panóplia de programas certamente poderia captar a atenção de mais algumas pessoas ao assunto.

Fonte 10 - Mais fácil se a informação for compactada em diferentes e pequenas secções, sendo mais organizadas também

Fonte 11 - N

Fonte 12 – Porque ainda existe pouco esclarecimento acerca deste assunto

Fonte 13 – Acho que é um problema em crescimento que deve ser travado o quanto antes.

Fonte 14 – Para melhor para captar atenção dos ouvintes absorção da informação

Fonte 15 – Informação útil a sociedade em geral

Fonte 16 - Não sei

Fonte 17 - Para não confundir as informações

Fonte 18 – Porque são conteúdos importantes, mas que devem de ser tratados com clareza, logo a divisão em vários programas seria o mais adequado

Fonte 19 - Para saberem do que se trata

Fonte 20 - Para alertar ou informar mais a sociedade na qual vivemos. Onde tudo é demasiado oculto...

Fonte 21 – Sim, porque haveria mais informação

Fonte 22 – Porque eu acho que muita gente de quase todas as idades estão extremamente desinformadas sobre maior parte dos assuntos

Fonte 23 - Para ser acessível a todos os cidadãos

Fonte 24 - Sim

Fonte 25 - Desta forma seria mais fácil a compreensão de quem assiste

Fonte 26 - Todos os temas são importantes

Fonte 27 - Para cultura geral

Fonte 28 – Para facilitar a compreensão

Fonte 29 - Para uma maior literacia do cidadão

Fonte 30 – Acredito que todas as faces da literacia dos media devem ser discutidas de modo a informar os visualizadores sobre todos os possíveis riscos que a sua falta traz.

Fonte 31 - Não sei

Fonte 32 - Com a digitalização cada vez é mais importante sensibilizar e responsabilizar a comunidade com os diversos perigos do consumo digital e como se devem proteger e filtrar os conteúdos

Fonte 33 – Porque ajuda-nos a ficar mais informados

Fonte 34 - Porque são interessantes

Fonte 35 – Porque ia chegar a mais pessoas

Fonte 36 – Liberdade de expressão

Fonte 37 – É algo que eventualmente até ajudaria a comunidade, começando pelos mais idosos

Fonte 38 – Para que a informação fosse transmitida de forma mais clara.

Fonte 39 - Para ficar informado de tudo e não criar falsas expectativas

Fonte 40 – Informação, boa e real, nunca é demais.

Fonte 41 - Porque considero que todos os assuntos são importantes

Fonte 42 - Todos os assuntos são importantes

Fonte 43 - Todos os assuntos são importantes

Fonte 44 – Era importante para a sociedade

Fonte 45 - Apresentar um tema específico todas as semanas

Fonte 46 – É uma forma de propagar uma informação mais correta, mais elaborada, mais atrativa e não condicionante. Todos os fatores apresentados acima, levam a uma maior passagem e confiança na informação.

Fonte 47 - Para melhor compreensão dos cidadãos

Fonte 48 – .

Fonte 49 – .

Fonte 50 – Pois permitiria uma análise gradual e uma compreensão mais facilitada.

Fonte 51 – Para uma melhor compreensão.

Fonte 52 – São assuntos importantes do interesse geral

Fonte 53 – Para sermos cidadãos mais informados

Fonte 54 - Não sei

Fonte 55 – Não sei

Fonte 56 – Porque assim não seria tão cansativo e as pessoas estariam mais atentas

Fonte 57 – .

Fonte 58 – Por serem temas pertinentes, atuais e por ainda ser necessários desmistificar crenças.

Fonte 59 – .

Fonte 60 – Informar a população.

Fonte 61 – Para conhecimento do público.

Fonte 62 – É um assunto muito importante na atualidade e devia ser mais debatido

Fonte 63 – Mais informação e menos publicidade

Fonte 64 – Para o cidadão estar a par das informações necessárias

Fonte 65 – Seria uma forma de ganhar mais conhecimento sobre o assunto

Fonte 66 – .

Fonte 67 – Para uma melhor compreensão dos diversos assuntos e para não confundir os interessados numa só sessão.

Fonte 68 – É um tema que devia ser partilhado

Fonte 69 – Pois são assuntos que convém abordar da melhor forma e não ser muito extensivo para captar a atenção da pessoa

Fonte 70 - Todos os pontos têm um certo grau de importância no melhoramento do público enquanto cidadãos e ética.

Fonte 71 – São subtemas cujo a sua explicação deve ser pormenorizada para compreensão máxima do seu conteúdo e a sua aplicação no dia-a-dia de cada um.

Fonte 72 – Para conhecimento da população!

Fonte 73 – Porque são assuntos diferentes dentro da mesma temática.

Fonte 74 – Para aprofundar mais o tema

Fonte 75 – Vivemos um momento muito desafiante com tanta desinformação que todos os temas são importantes.

Fonte 76 – Não sei

Fonte 77 – Porque acredito que existe muita falta de informação e que todos os assuntos referidos anteriormente têm a sua importância e devem ser explorados devidamente, sendo possível que cheguem ao alcance de todos e de forma prática e objetiva

Fonte 78 – para informar os cidadãos.

Fonte 79 – Com o desenvolvimento das tecnologias de informação acho que a população deveria ter mais ideia que como usar responsabilmente

Fonte 80 – Todos os temas são interessantes. Mas faria sentido ficarem separados por uma questão de organização

Fonte 81 – Para as pessoas serem mais informadas, e bem informadas

Fonte 82 – Para proteção da nossa própria informação

Fonte 83 – Informação é poder, muito mais quando toca à nossa segurança

Fonte 84 – Já existe demasiada informação

Fonte 85 – N/A

Fonte 86 – Aumento do conhecimento

Fonte 87 – Um programa com todo os conteúdos

Fonte 88 – Para se conseguir explicar de forma clara cada assunto num programa.

Fonte 89 – Para fomentar a literacia

Fonte 90 – São todos temas relevantes e que cada vez mais é urgente a sociedade, principalmente os mais jovens terem noção do significado e de como colocar em prática a literacia dos *media*

Fonte 91 – Não sei

Fonte 92 – N/A

Fonte 93 – Porque a desinformação geral na sociedade tem que ser combatida.

Fonte 94 – Para manter as pessoas informadas e acima de tudo, atentas. Quanto mais informação as pessoas têm, menos probabilidade existe de se deixarem levar por notícias falsas ou até mesmo burlas online, etc

Fonte 95 – São todos importantes

Fonte 96 – Tornar a informação clara, objetiva, apresentada de forma curta e apelativa

Fonte 97 – Conhecimento geral

Fonte 98 – A apresentação dos assuntos mencionados nas questões anteriores seria relevante pois traria uma nova visão ao cidadão acerca dos cuidados a tomar quanto à informação que consome, protegendo-o a si e aos outros contra a desinformação

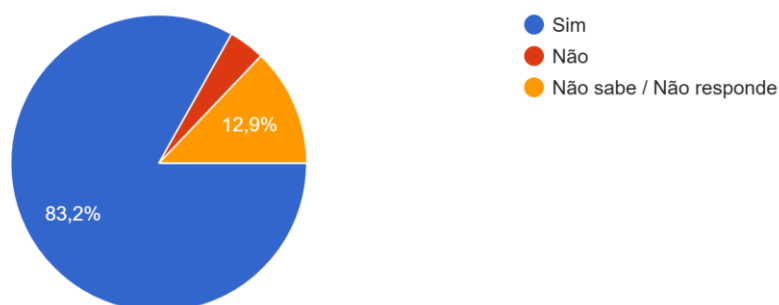
Fonte 99 – Informar de forma simples e completa de forma a todos conseguirem entender o impacto no quotidiano. Pessoas mais informadas gera pessoas com mais conhecimento e interesse. Muitas pessoas não se interessam pois não percebem metade do que as vezes é falado nos *media*.

Fonte 100 – Porque é importante para os cidadãos estarem mais conscientes

Fonte 101 – Género de podcast visual; mini documentários; etc. Com o objetivo de apelar o interesse do público ou, simplesmente, informar o público em geral sobre determinada informação

Considera que estes conteúdos poderiam integrar as pausas entre programas na televisão pública (RTP)? Uma vez que, este meio de comunicação soc...lação de publicidade entre programas até 2027.

101 respostas



Justifique a resposta anterior.

Fonte 1 - Maior parte das pessoas vêm televisão, e ao fazerem essas pausas, "obriga" o espectador a ouvir e tentar perceber o tema naquele instante.

Fonte 2 - Melhor do que a publicidade que dá atualmente

Fonte 3 – Faz sentido

Fonte 4 - -

Fonte 5 - -

Fonte 6 – ?

Fonte 7 - Sim

Fonte 8 – É um assunto de extrema importância e como a RTP vai ser delapidada de um importante recurso financeiro comprometendo a qualidade dos conteúdos por ela produzida, este é um tema transversal e premente na sociedade contemporânea e como tal é uma forma não só de atrair novos espectadores ao mesmo tempo que os capacitamos.

Fonte 9 - Escolhi sim, porque realmente é uma solução viável, contudo a existência de programas de maior duração, com horário próprio, com convidados conhecidos, com conhecimento e experiência no assunto poderia levar à captação, possivelmente, de menos pessoas, mas pessoas que realmente apreendessem o assunto.

Fonte 10 - Não sei como justificar, apenas seria benéfico para todos.

Fonte 11 - N

Fonte 12 – Porque seria uma forma de informar a sociedade acerca destes assuntos que são pouco falados

Fonte 13 – Sim, visto que é serviço público.

Fonte 14 – Para captar atenção do telespectador

Fonte 15 – Canal adequado para esse tipo de conteúdos

Fonte 16 - Não sei

Fonte 17 - Seria uma boa oportunidade para aproveitar os tempos de pausa

Fonte 18 – Seria uma forma de ocupar esse lugar vago deixado pela falta da publicidade, e dessa forma teriam o espaço necessário para a divulgação destes conteúdos que são importantes para a população em geral, sendo que o canal público é o local ideal para a essa difusão.

Fonte 19 - Informação

Fonte 20 - Sou de acordo!

Fonte 21 – Haveria mais informação

Fonte 22 – Sim, porque muitas vezes as pessoas param de assistir esses programas por causa dos anúncios

Fonte 23 - Se vão anular a publicidade, deverá ser total

Fonte 24 - Acho que seria muito importante ouvir e ver na tv debatem vários temas propostos aqui

Fonte 25 - Para que mais pessoas tivessem acesso a informação

Fonte 26 - Não tenho conhecimento para avaliar

Fonte 27 - Seria importante divulgar o tema

Fonte 28 – Haver informação útil nas pausas

Fonte 29 - Seria uma boa oportunidade para dar a conhecer os conteúdos do estudo e contribuir assim para a literacia do cidadão

Fonte 30 – Sendo a rede de canais nacional, a RTP tem a credibilidade necessária para transmitir estas informações a visualizadores mais cépticos de outras fontes de informação.

Fonte 31 - Concordo

Fonte 32 - As pessoas nas pausas muitas vezes ficam a ver as publicidades à espera de começar outro programa então é uma forma de lhes fornecer conteúdo educativo e proveitoso para o seu dia a dia

Fonte 33 – Não sei

Fonte 34 - Tornaria as pausas educativas

Fonte 35 – Porque só ia acrescentar

Fonte 36 – Não sei

Fonte 37 – Muitas vezes os intervalos acabam por ser muito compridos e assim ajudaria a

passar

Fonte 38 – .

Fonte 39 - Os intervalos tem a ser feitos para podermos processar toda a informação que é apresentada

Fonte 40 – Precisamos de voz. Menos publicidade, menos apelo ao consumo desenfreado.

Fonte 41 - Porque era importante ter programas destes para cultura geral em vez de publicidade

Fonte 42 - Penso que seria uma mais-valia para todas as pessoas

Fonte 43 - Seria importante para os cidadãos

Fonte 44 – Uma boa forma de substituir a publicidade

Fonte 45 - Acho essencial esta iniciativa estar presente na RTP

Fonte 46 – Não sei se seria algo atrativo para o público.

Fonte 47 - Para atrair a atenção dos telespectadores

Fonte 48 – .

Fonte 49 – .

Fonte 50 – Não sei.

Fonte 51 – Porque na realidade continua a haver publicidade entre programas

Fonte 52 – Sim pela razão anterior. Interesse geral

Fonte 53 – Porque são conteúdos informativos

Fonte 54 - Não sei

Fonte 55 – Seria uma mais valia

Fonte 56 – .

Fonte 57 – .

Fonte 58 – Por exemplo com breve spots a dar dicas e informações sobre estes temas, tendo em conta que as publicidades não são “uteis”, poderia ser utilizado neste sentido

Fonte 59 – .

Fonte 60 – Conhecimento

Fonte 61 – A RTP é um canal público, logo deve informar.

Fonte 62 – É um tema importante na atualidade

Fonte 63 – Mais informação

Fonte 64 – A publicidade faz falta para o cidadão

Fonte 65 – Uma forma de dar conhecimento a quem só tem acesso à televisão

Fonte 66 – .

Fonte 67 – Trata-se de um órgão de comunicação social de cariz público e é visto por muitos

como o mais “confiável” e fidedigno

Fonte 68 – .

Fonte 69 – Sim pois enquanto está no intervalo deviam de aproveitar este tempo para mostrar coisas úteis/importante para a população

Fonte 70 - Nem sabia deste projeto da RTP mas achei extraordinário. Não considero que a publicidade deveria ser anulada totalmente, até porque é um bom método de lucro, mas reduzir e aplicar este projeto seria algo novo, importante e poderá fazer a diferença enquanto consumidores de informação.

Fonte 71 – Não, pois graças à publicidade a RTP é sustentável, o fim desta leva a quebras económicas que tornam o canal insustentável, levando a despedimentos e uma possível privatização parcial ou total do único canal público Português.

Fonte 72 – Deverá também procurar-se dotar os cidadãos das competências de pensamento crítico necessárias para emitir juízos, analisar realidades complexas e reconhecer a diferença entre factos e opiniões.

Fonte 73 – Era uma forma de transmissão de conhecimento.

Fonte 74 – Porque assim as pessoas aprendiam mais sobre o tema a ser falado

Fonte 75 – Seria uma boa forma de educar para a literacia dos média.

Fonte 76 – Não sei

Fonte 77 – Sendo a RTP, televisão pública, um meio de comunicação bastante utilizado e conhecido pela sua objetividade seria uma mais-valia para dar a conhecer informação pertinente ao público

Fonte 78 – .

Fonte 79 – Acho que seria muito mais útil

Fonte 80 – Seria uma boa opção

Fonte 81 – Seriam mais úteis do que a publicidade em massa que é reproduzida e pequenas excertos seriam mais facilmente captados pelos consumidores

Fonte 82 – É para o interesse de toda a gente

Fonte 83 – Sim

Fonte 84 – As notícias devem ser diversificadas

Fonte 85 – N\A

Fonte 86 – Aumento da literacia

Fonte 87 – Anulação de publicidade até era benéfico na RTP

Fonte 88 – Se calhar não iria atrair a atenção dos espetadores.

Fonte 89 – Não sei

Fonte 90 – Primeiro não concordo com a anulação de publicidade num canal televisivo, a publicidade acaba por ser importante para o mesmo, mas uma vez que será assim, sim, acho que podiam preencher as pausas com informações relevantes sobre os *media*, de forma a ficarmos mais informados e a aprender como utilizar melhor a comunicação, etc

Fonte 91 – Substituiria a atual publicidade. Seria muito interessante

Fonte 92 – N/A

Fonte 93 – Adiciona conteúdo relevante

Fonte 94 – Era uma forma de conseguir alcançar mais pessoas, especialmente as mais velhas que se informam maioritariamente através da televisão

Fonte 95 – Importante no meio das outras informações

Fonte 96 – Cabe ao serviço público educar, facilitar e promover informação real, clara e objetiva

Fonte 97 – Melhor conhecimento que publicidades

Fonte 98 – Essa é uma questão interessante. Porém, tendo em consideração que têm esse projeto em cima da mesa não sei se seria possível essa proposta dos conteúdos integrarem as pausas entre programas

Fonte 99 – Aproveitamento para esclarecimento e partilhar conhecimento. É mais produtivo que publicidade.

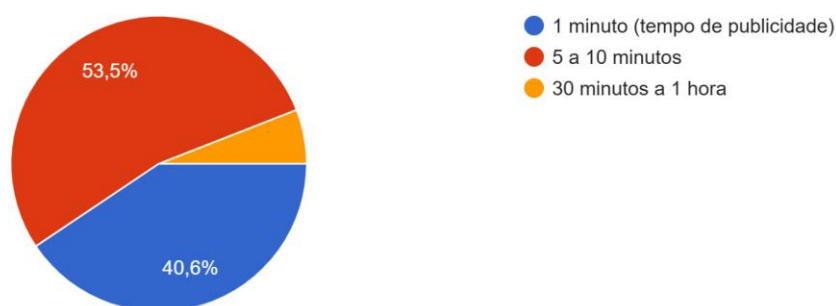
Fonte 100 – Acho que seria bom em vez de vermos publicidade

Fonte 101 – A informação, seja de qualquer tema, é importante para o desenvolvimento da sociedade. Uma sociedade desinformada desmorona-se como um puzzle ao longo do tempo, com a opressão, a manipulação e etc.

Duração e espaço a ocupar

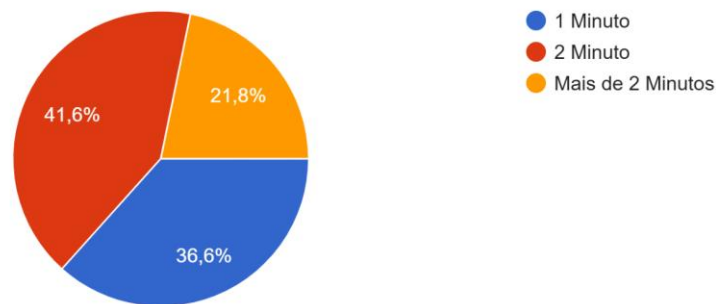
Quanto tempo deve conter este tipo de conteúdo em televisão, por exemplo?

101 respostas



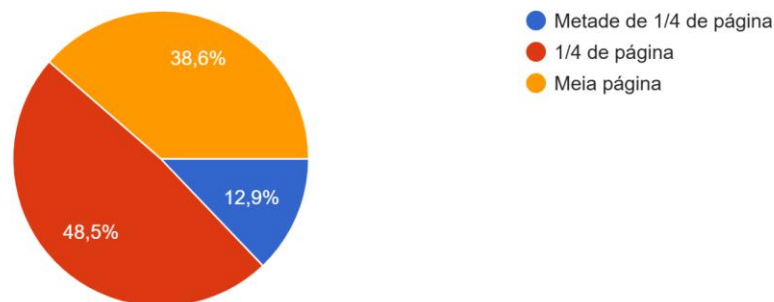
Quanto tempo deve conter este tipo de conteúdo, por exemplo, em rádio?

101 respostas



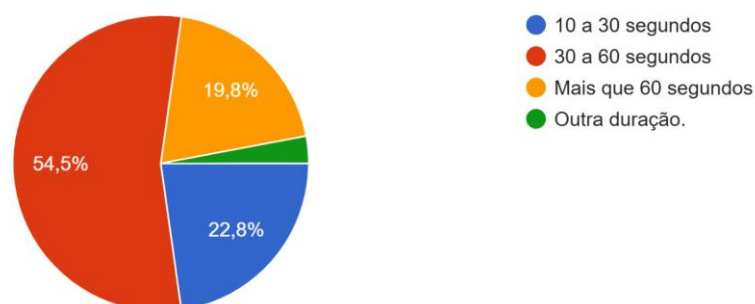
Que o espaço deve preencher este tipo de conteúdo na imprensa?

101 respostas



E no digital online, quanto tempo deveria ter este conteúdo em forma de áudio ou vídeo?

101 respostas



Indique qual, por favor.

Fonte 8 - 5m. Mais do que isso o Camões arranca o outro olho!

Fonte 9 - Com base na minha ideia, no meio digital o conteúdo deveria realmente ser mais curto do que em tv, contudo, de forma a se abordar os temas de uma forma completa e não extensa deveria ter uma duração entre os 60 segundos e os 120 segundos.

Fonte 14 - 10 min

Fonte 35 - 3 minutos

Fonte 65 - Literacia financeira

Fonte 84 - Jn

Caso tenha mais algum tema como sugestão para qualquer um dos âmbitos mencionados anteriormente, indique qual.

Fonte 9 - Na minha opinião existe um conjunto de temas e assuntos que estão a ser deixados para trás por não ser o mais procurado pela população. No entanto deveria existir um período de tempo ou, quem sabe, um canal em que todos esses assuntos fossem abordados. Estes assuntos podem ser por exemplo todo tipo de atividades em que a população portuguesa está envolvida, mesmo que sejam apenas uma minoria. Quem sabe se a RTP com os seus 3 canais e sem a publicidade não se transforma um pouco mais neste sentido.

Fonte 22 - Como não deveríamos postar sérias coisas nas redes sociais

Fonte 65 - Não

Fonte 75 - Como é que os jornalistas escolhem as suas fontes de informação e que tipo de fontes existe

Anexos



Figura 7 Infografia "Como Identificar Notícias Falsas"