

Literacia para os Media

Horizontes conceituais e mapeamento de atores e iniciativas em Portugal e no mundo



Publicações OberCom
Abril 2023 / ISSN 2183-3478



IBERIFIER has received funding from the European Commission under the agreement CEF-TC-2020-2 (European Digital Media Observatory) Reference 2020-EU-IA-0252



OberCom

INVESTIGAÇÃO E SABER EM COMUNICAÇÃO

Observatório da Comunicação
Palácio Foz, Praça dos Restauradores
1250-187 Lisboa
Portugal

www.obercom.pt
obercom@obercom.pt

Tel: +351 213 221 319

FICHA TÉCNICA

TÍTULO

Literacia para os Media – Horizontes
conceituais e mapeamento de atores e
iniciativas em Portugal e no mundo

DATA DA EDIÇÃO

Abril de 2023

COORDENAÇÃO CIENTÍFICA

Gustavo Cardoso
Vania Baldi
Vitor Tomé

COAUTORIA

Gustavo Cardoso
Vania Baldi
António Vasconcelos
Vitor Tomé
Miguel Paisana
Miguel Crespo
Paulo Couraceiro

PROPRIETÁRIO

OberCom – Observatório da
Comunicação
NIPC 504326856

SEDE DO EDITOR E DE REDACÇÃO

Palácio Foz, Praça dos
Restauradores, 1250-187 Lisboa

DEPÓSITO LEGAL

196339/03

ISSN

2183-3478

REGISTO ICS

ERC 123.566

NIPC OBERCOM

504326856



Este trabalho está licenciado para
Creative Commons Attribution 4.0
International (CC BY 4.0).

Sumário Executivo.....	5
1. A problematização de um conceito não consensual.....	7
1.1. Literacia, Media, Informação e Digital: em busca de um conceito-chapéu	7
1.2. A opção pela designação Literacia para os media.....	10
1.3. Educação e Literacia para os media.....	14
2. Literacia para os media em Portugal	19
2.1. Atores.....	19
2.1.1. Direção-Geral da Educação	19
2.1.2. Rede de Bibliotecas Escolares.....	23
2.1.3. Centro Nacional de Cibersegurança	26
2.1.4. Secretaria-Geral da Presidência do Conselho de Ministros (SGPCM) ...	28
2.1.5. Centro Protocolar de Formação Profissional para Jornalistas (CENJOR)	29
2.1.6. Plano Nacional de Leitura (PNL).....	30
2.1.7. Plano Nacional de Cinema (PNC).....	32
2.1.8. Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC).....	33
2.1.9. Conselho Nacional de Educação (CNE).....	34
2.1.10. Grupo Informal sobre Literacia Mediática (GILM)	36
2.1.11. Observatório da Comunicação (OberCom)	37
2.1.12. Observatório sobre média, informação e literacia (MILOBS).....	40
2.1.13. Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação (SOPCOM)	42
2.1.14. Associação Literacia para os media e Jornalismo (ALPMJ)	43
2.1.15. Público na Escola (jornal “Público”)	45
2.1.16. “Visão Júnior” (revista “Visão”).....	46

2.1.17. “Expressinho” (jornal “Expresso”).....	47
2.1.18. Medialab (jornais “Diário de Notícias” e “Jornal de Notícias”).....	48
2.1.19. Agência LUSA.....	49
2.1.20. RTP Ensina (Rádio Televisão Portuguesa)	51
2.1.21. Rádio ZigZag (RTP - Rádio Televisão Portuguesa).....	52
2.1.22. Rádio Miúdos	53
2.2. Exemplos de projetos	54
2.2.1. IBERIFIER – Iberian Digital Media and Fact-checking Hub	54
2.2.2. YouNDigital – Youth, News and Digital Citizenship	55
2.2.3. Competências de Literacia Digital e Mediática em Portugal (COMEDIG).....	56
2.2.4. Media Trust Lab - Local Media Lab for Civic Trust and Literacy.....	58
2.2.5. bYou – Estudo das vivências e expressões de crianças e jovens sobre os media	59
2.2.6. On & Off - Atmospheres of Disconnection	59
2.2.7. Media Smart.....	60
2.2.8. Academia de Cidadania Digital	61
2.2.9. Onlife.com@BEMM_Media e Informação.....	62
2.2.10. WEIWE(R)BE.....	63
2.3. Recursos	64
2.3.1. Plano de Intervenção Cidadãos Competentes em Leitura e Escrita (PICCLE)	64
2.3.2. Literacia e Educação para os Media em Linha (LEMEL)	65
2.3.3. Plataforma Crianças e Adolescentes Online (CriA.On).....	67
3. Abordagens supranacionais de Literacia para os media	69
3.1. Media and Information Literacy (UNESCO).....	69
3.2. Digital Citizenship Education (DCE)	73
3.3. Competência Digital (Comissão Europeia).....	77
3.4. PISA e Bússola da aprendizagem (OCDE)	81

4. Atores internacionais.....	85
4.1. Estados Unidos da América.....	85
4.1.1. Center for Media Literacy.....	85
4.1.2. Media Education Lab.....	87
4.1.3. National Association for Media Literacy Education.....	88
4.1.4. International Council for Media Literacy.....	89
4.2. Canadá.....	90
4.2.1. Media Smarts.....	90
4.2.2. Association for Media Literacy.....	91
4.3. Reino Unido.....	92
4.3.1. Education Centre (Jornal “The Guardian”).....	92
4.3.2. Making Sense of Media (OFCOM).....	94
5. Projetos de empresas privadas.....	99
5.1. Meta – Facebook Get Digital.....	99
5.2. Google – Google for Education.....	101
Bibliografia.....	103

Sumário Executivo

Este documento, "Literacia para os media - Horizontes concetuais e mapeamento de atores e iniciativas em Portugal e no mundo", é resultado do trabalho conjunto da equipa de investigação do OberCom e do consórcio IBERIFIER - Iberian Digital Media Research & Fact-check Hub.

As duas unidades de investigação têm em comum o facto de se dedicarem de forma ativa à investigação e acompanhamento das evoluções teóricas e práticas do campo da Literacia para os media, pela produção de investigação de qualidade sobre o conceito, pela participação em projetos multidisciplinares de promoção da literacia ou pela promoção e dinamização ativa de formação na área para jornalistas, educadores, especialistas, alunos e público em geral.

Este relatório visa cumprir dois objectivos-chave. Em primeiro lugar, oferece uma discussão e reflexão teórica sobre a Literacia para os media, um conceito não consensual que abarca múltiplas disciplinas e horizontes concetuais. Se muito do interesse e riqueza do conceito de Literacia para os media advém desta multiplicidade de abordagens, procuramos também oferecer respostas concretas sobre eixos concetuais que possibilitem uma visão concertada sobre a literacia os media, como tratar e, sobretudo, debater a temática.

Em segundo lugar, este documento procura também indexar, descrever e caraterizar os principais atores, projetos e recursos sobre Literacia para os media em Portugal e em outros países. Muito em virtude da referida complexidade concetual associada ao tema, são muitos os atores, projetos e recursos que ao longo do tempo se têm dedicado ao estudo e promoção da Literacia para os media.

Este documento constitui-se como um mapa alargado dos *stakeholders* mais relevantes no campo da literacia, que tipo de iniciativas e abordagens promovem, e como se posicionam no espetro mais alargado do tema. Este é, naturalmente, um esforço localizado no tempo e, com certeza, irá ser alvo de atualização no futuro. Constitui-se, no entanto, como uma referência ao nível da agregação de conhecimento sobre o campo da Literacia para os media, de elevado interesse para académicos, especialistas, jornalistas, educadores e público em geral.

1. A problematização de um conceito não consensual

1. A problematização de um conceito não consensual

1.1. Literacia, Media, Informação e Digital: em busca de um conceito-chapéu

Literacia para os media é uma designação não consensual de um conceito-chapéu que abarca a inter-relação dos indivíduos com os media, desde o acesso aos media e às suas mensagens, à compreensão do funcionamento do universo mediático, à análise crítica das suas mensagens, à produção reflexiva e criativa de mensagens em diversos suportes e a sua disseminação através de um ou múltiplos canais, no sentido de atingir audiências-alvo e provocar mudanças através dessa intervenção social. Outras designações para o mesmo conceito mais comuns em Portugal são “Literacia dos Media”, “Literacia Mediática” ou “Literacia e Media”, mas também “Educação para os Media”. Esta última é o conjunto de atividades desenvolvidas no sentido de preparar os cidadãos para a interação com os media como acima referido, ou seja, o processo, sendo a Literacia o seu resultado, o produto (Buckingham, 2003). A designação Literacia para os media, que decidimos usar, é aqui entendida como abrangendo processo e produto.

Independentemente das designações, a literatura científica tem associado diversas literacias ao conceito guarda-chuva, tais como: “da informação, de liberdade de expressão e informação, bibliotecária, de notícias, das redes sociais, da privacidade, crítica, visual, da imprensa, de computadores, da internet, digital, do cinema, de filmes, de jogos, de televisão, publicitária, de inteligência artificial, de dados, cívica, social e emocional, e de redes” (Unesco, 2021, p.10, tradução própria). A listagem não é exaustiva, até porque as designações divergem, também, de língua para língua, mas permite compreender a diversidade de conceitos associados à Literacia para os media, os quais não são mutuamente exclusivos, mas sobrepõem-se, em maior ou menor escala, como explica Rogow (2004), ao considerar a área da Literacia para os

media um edifício em construção permanente cujos diferentes andares e apartamentos têm formas e cores diferentes, ainda que partilhem um chão comum. Um edifício que continua a crescer, por exemplo, através da associação da Literacia para os media às literacias focadas no ambiente, nas causas e nas consequências da ação humana sobre esse ambiente, que o norte-americano Lopez (2019) apelida de “Ecomedia Literacy”.

O conceito-chapéu é, ao mesmo tempo, alargado e limitado pela multiplicidade de literacias relacionadas com a interação entre os cidadãos e quaisquer media. Por um lado, a emergência das literacias traduz-se num leque de competências que ultrapassa os processos de escrita e compreensão de textos, envolvendo diversas competências a nível da comunicação. Por outro, as diferentes designações limitam o conceito de literacia, ao fragmentarem as diferentes competências em termos e associações cuja interligação nem sempre é clara (Wuyckens et al., 2021).

As literacias estão associadas a múltiplos campos académicos (Hobbs, 2010), sendo cada termo empregue de acordo com o interesse particular em causa (Hobbs, 2015). Aproximam-se e divergem, pelo que importa considerar ligações e articulações entre elas (Hobbs, 2010; Wuyckens et al., 2021). No entanto, “as fronteiras concetuais, características específicas de cada designação, e as relações entre conceitos aparentam ser vagas e difíceis de situar” (Wuyckens et al., 2021, p.7., tradução própria).

Será, por isso, de considerar, neste documento, a designação “Literacias para os Media” (“Media Literacies”) que deu título à obra em que Hoehsmann & Poyntz, (2012) se centram na evolução histórica da Literacia para os media, apontando as etapas-chave e as alterações de cada uma na definição de objetivos da Literacia para os media. Propomos, porém, uma mudança de perspetiva no uso da designação, pois não recorreremos às várias Literacias para os Media em termos históricos, mas sim às várias literacias que hoje coexistem, que estão de alguma forma associadas aos media e que tornam cada vez mais difícil a tarefa de as organizar sob um conceito-chapéu.

Tomemos como exemplo a Unesco (2022), que cunhou o conceito-chapéu “Literacia dos Media e da Informação”, definido como o conjunto de competências que

preparam os indivíduos para procurar, aceder, avaliar criticamente, utilizar e contribuir esclarecidamente com informação e conteúdos mediáticos; conhecer os seus direitos online; compreender como combater o discurso do ódio online e o *cyberbullying*; compreender as questões éticas em torno do acesso e utilização da informação; e interagir com os media e as TIC para promover a igualdade, a liberdade de expressão, o diálogo intercultural e o diálogo inter-religioso, e a paz. As capacidades nestas áreas são indispensáveis para todos os cidadãos, independentemente da sua idade ou origem (Unesco, 2022, p. 4, tradução própria).

Este conceito engloba e articula aspetos da Literacia para os media, Literacia da Informação e Literacia Digital (Unesco, 2022b), os quais continuam, porém, a ser usados isoladamente e como conceitos-chapéu de outras organizações, como a Federação Internacional de Associações e Instituições Bibliotecárias (IFLA), que congrega membros de 190 países e considera a Literacia da Informação uma pedra angular para a aprendizagem ao longo da vida (IFLA, s.d.), a qual pode ser definida como “o conjunto de capacidades integradas que abrange a descoberta reflexiva da informação, a compreensão de como a informação é produzida e valorizada, e a utilização da informação na criação de novos conhecimentos e na participação ética em comunidades de aprendizagem” (Sanches, Antunes & Lopes, 2022, p. 6).

A OCDE (2018) usa a designação Competência global para se referir à “aquisição de conhecimento aprofundado e a compreensão de questões globais e interculturais, a habilidade de aprender e conviver com pessoas de diversas origens, e as atitudes e valores necessários para interagir respeitosamente com os outros” (OCDE, 2018, p.5, tradução própria).

A Comissão Europeia usa como conceito-chapéu o de Literacia Digital, que considera “a capacidade para aceder, gerir, compreender, integrar, comunicar, avaliar, criar e divulgar informações de forma segura e adequada através de tecnologias digitais. Inclui competências que são designadas por Literacia da informação e Literacia Mediática, Literacia Informática e em matéria de TIC. A Literacia digital inclui uma dimensão de participação ativa e cívica no mundo digital e promove uma cidadania ativa” (Comissão Europeia, 2022a, p. 11).

Associada à Literacia Digital, a Comissão Europeia cunhou a designação Competência Digital, uma das oito competências-chave a desenvolver ao longo da vida e que envolve “a utilização confiante, crítica e responsável e o envolvimento com as tecnologias digitais para aprender, trabalhar e participar na sociedade. Inclui literacia de informação e dados, comunicação e colaboração, literacia mediática, criação de conteúdos digitais (incluindo programação), segurança (incluindo bem-estar digital e competências relacionadas com cibersegurança), questões relacionadas com a propriedade intelectual, resolução de problemas e pensamento crítico” (Vuorikari, Kluzer & Punie, 2022, p.3, tradução própria).

A UNESCO coloca o foco nas questões éticas e interculturais, a OCDE centra-se na educação para a cidadania global, a IFLA encara a informação como pedra angular e a Comissão Europeia coloca ao centro as tecnologias digitais.

Mas as definições sobrepõem-se claramente em termos de acesso, análise crítica, produção reflexiva e participação social ativa, ética e inclusiva. Uma perspetiva que enquadra também o modelo de Cidadania Digital do Conselho da Europa, o qual considera que o cidadão digital deve desenvolver competências em 10 domínios, sendo um deles a Literacia dos Media e da Informação, em cuja abordagem se refere que “a literacia dos media e da informação (MIL) é um conceito global que cobre três dimensões claramente distintas: literacia da informação, literacia dos media e literacia digital/TIC” (Richardson & Milovidov, 2022, p. 44).

Mais longe vai Buckingham (2023), para quem a designação Literacia dos Media e da Informação é conceitualmente incoerente e educacionalmente problemática deixando claro como é difícil definir um conceito-chapéu.

1.2. A opção pela designação Literacia para os media

O conceito de Literacia para os media (“Media Literacy”) foi definido em 1992 nos EUA, na conferência National Leadership Conference on Media Literacy (NLCML, 1992), como “a habilidade de aceder, analisar, avaliar e criar media numa variedade de formas” (Aufderheide, 1993). A definição criada em 1992 popularizou-se, mas tal

não significa que reúna consenso, nem que se possa subvalorizar a sua concetualização em virtude de se considerar que os investigadores têm uma compreensão comum do conceito por ela designado (Palsa & Ruokamo, 2015).

Num estudo realizado por Potter (2022), que analisou cerca de 400 artigos publicados na revista académica *Journal of Media Literacy Education*¹ e identificou 258 entradas de definições, a definição da NLCML foi apenas citada 45 vezes (cerca de 18% do total) e, ainda assim, de 20 formas diferentes, concluindo que “os investigadores que escrevem sobre literacia mediática exibem uma considerável variedade nos seus significados para a designação” (Potter, p. 38, tradução própria), ou seja, não existe uma compreensão comum do conceito entre investigadores. A Literacia para os media é, então, “rica em criatividade, mas pobre em organização” (Potter, 2013, p.429, tradução própria) e a presença de múltiplas perspetivas e definições conceptuais tende a originar alguma “nebulosidade” (Cardoso & Paisana, 2013) em torno da designação.

A Literacia para os media pode ser encarada como o conjunto de competências técnicas e psicológicas necessárias para interagir com o ambiente mediático contemporâneo, como uma expansão do conceito primário de literacia, um movimento de cariz social direccionado aos mais jovens, ou até um campo académico (Hobbs, 2015). Envolve todos os media, independentemente de serem analógicos ou digitais e alguns dos temas mais frequentemente referidos na literatura académica, em relação com a Literacia para os media, são os efeitos dos media na audiência, a importância da Literacia para os media na proteção e empoderamento da audiência, a sua prevalência como um processo ao longo da vida, o aspeto multidimensional da Literacia para os media e a importância geral do pensamento crítico sobre os media (Hobbs, 2010; Potter, 2013).

A diversidade concetual e de perspetivas pode ter vantagens, pois mostra a dinâmica do campo académico, mas também desvantagens, entre elas o facto de quem inicia estudos ou quer saber mais sobre esta área não ter um campo concetual claramente

¹ O *Journal of Media Literacy Education* é uma revista científica interdisciplinar que apoia a investigação na área da Educação em Literacia para os media. Link para o *Journal of Media Literacy Education*: <https://digitalcommons.uri.edu/jmle/>

definido, podendo ficar a pensar que vale tudo nesta área científica. Não sendo, porém, previsível que o consenso em torno do principal conceito do campo ocorra a curto prazo, Potter (2022) propõe duas recomendações: (1) que os investigadores definam o que entendem enquanto conceito de Literacia para os media, em lugar de assumirem que há um significado comum partilhado entre investigadores; (2) que definam o que entendem por Literacia para os media com a maior clareza, completude e precisão possíveis. Tende a existir, portanto, um consenso alargado em relação à importância de organizar e explicitar os diferentes conceitos (Wuyckens et al., 2021).

Seguimos aqui as recomendações de Potter, considerando que a designação que adotamos neste documento para Literacia para os media, é, em termos gerais, a “capacidade de aceder aos meios de comunicação, de compreender e avaliar de modo crítico os seus diferentes aspetos e contextos, e de criar comunicações em diversos contextos” (Comissão Europeia, 2022a). É uma capacidade que implica criação, interação e disponibilização de informação, bem como pensamento crítico para além das literacias tradicionais da leitura e da escrita, incluindo as literacias visuais e informáticas (de Abreu, 2021). Focando a Literacia para os media no digital, além do acesso aos media e à análise crítica de mensagens mediatizadas, são competências essenciais a capacidade de criar conteúdo de forma autónoma, refletir sobre a própria atividade de produção e os seus produtos, bem como saber agir socialmente através dos media (Hobbs, 2010).

A Literacia para os media deve estar baseada em construtos teóricos e metodológicos sólidos, pois assistimos a uma mudança de paradigma, como explica Frau-Meigs (2023a), que defende a designação de “Literacia dos Media e da Informação” e considera urgente completar a articulação entre informação (incluindo dados e algoritmos) e comunicação, à medida que esta última evolui passo a passo com a convergência digital, ativando:

- A mediatização (a forma como os media ubíquos e interligados têm um impacto transformador no entretenimento, nos jogos e nas notícias, mas também nas outras esferas culturais, como as do trabalho, do comércio, da política, da religião e da educação, o que implica o desenvolvimento de novas competências em termos de participação social), que está na origem da literacia das notícias, literacia visual e literacia transmedia;

- A documentarização (a forma como os documentos, que passaram de físicos impressos a desmaterializados digitais, podem ser rastreados, interligados, transformados e até falsificados, o mesmo acontecendo com a identidade dos cidadãos, o que implica o desenvolvimento de novas competências em termos de pensamento crítico), que está na origem da literacia da informação e da literacia da pesquisa;
- A datificação (a forma como os dados da pegada digital podem ser quantificados por algoritmos, permitindo organizar os cidadãos por perfis, prever as suas ações e influir na sua tomada de decisão, o que implica compreender a necessidade e capacidade de exigir mecanismos que garantam transparência, privacidade e segurança, responsabilidade social e controlo democrático das plataformas), que está na origem das literacias digital, dos algoritmos e da inteligência artificial;

As literacias dos media, da informação e dos dados são como círculos que se sobrepõem parcialmente, sendo a área comum de sobreposição a origem da transliteracia (Frau-Meigs, 2012), a qual implica aprendizagem transversal transdisciplinar, em contextos formais e informais, físicos e/ou digitais, com usos sociais e pedagógicos, sendo resultados dessa aprendizagem o empoderamento e o envolvimento social dos cidadãos.

A transliteracia assume um duplo sentido na formação de cidadãos, que devem ser capazes de: (1) abraçar a disposição multimédia, sendo capaz de ler, escrever e contar com todas as ferramentas disponíveis (do papel à imagem, do livro ao wiki); (2) navegar através de múltiplos domínios, sendo capaz de pesquisar, avaliar, testar, validar e modificar a informação de acordo com os seus contextos de utilização relevantes (enquanto código, notícias ou documentos) (Frau-Meigs, 2012).

O modelo da transliteracia assenta em três domínios de competências: (1) das culturais e de socialização para a literacia dos media (crítico, cidadania e comunicação); (2) das organizacionais e editoriais para a literacia da informação (pesquisa, publicação e navegação); (3) das operacionais e de resolução de problemas para a literacia dos dados (proteção, criatividade e comunicação).

As competências são desenvolvidas pela mobilização de capacidades, atitudes, conhecimento e valores, nos contextos informais e não-formais de aprendizagem, mas também no formal da escola, pelo que a Literacia para os media, enquanto transliteracia, deve ser uma das áreas nobres do currículo, como disciplina autónoma e como conteúdo transversal (Comissão Europeia, 2022b; Frau-Meigs, 2023a).

Essa presença no currículo deve ser o caminho para a transformação curricular, num processo que já se iniciou: “um currículo central e completo ainda está em fase de construção, mas os sinais da sua existência são visíveis nos apelos às humanidades digitais e na emergência de novas literacias, incluindo literacia dos algoritmos, dos dados, da inteligência artificial (IA) (por exemplo, Dall-E e ChatGPT criados pelo OpenAI), e a sua gama de *soft skills*” (Frau-Meigs, 2023b, tradução própria).

1.3. Educação e Literacia para os media

A educação em Literacia para os media “estabelece uma convergência disciplinar e utiliza um aparato concetual enraizado numa variedade de disciplinas, inspirando-se em particular nas ciências da comunicação, sociologia, psicologia, ciências cognitivas, ciência política e ciências da educação” (Wuyckens et al., 2021, p.11., tradução própria). As iniciativas e programas de educação em Literacia para os media tendem a apresentar melhorias na capacidade de os utilizadores refletirem criticamente sobre os media, no seu conhecimento de media e tecnologias de informação, na sua capacidade de resposta e digestão de conteúdo mediático, bem como em algumas mudanças ao nível comportamental (Jeong et al., 2013; Potter, 2013; Bulger & Davison, 2018).

A Associação Nacional de Educação em Literacia para os media (NAMLE) define seis pontos essenciais, considerando que a Literacia para os media “(1) requer o inquérito ativo e um pensamento crítico sobre as mensagens recebidas e criadas; (2) expande o conceito de literacia a todas as formas de media; (3) constrói e reforça competências para utilizadores de todas as idades, as quais necessitam de uma prática integrada, interativa e repetida; (4) prepara cidadãos reflexivos, informados e interessados, o

que é essencial numa sociedade democrática; (5) reconhece que os media fazem parte da cultura e funcionam como agentes da sociabilidade; (6) assenta no princípio que as pessoas utilizam as suas competências individuais, ideais e experiências para construir o seu próprio significado de mensagens provenientes dos media” (NAMLE, 2007, pp.3-5, tradução própria).

As atividades pedagógicas que visam a Literacia para os media enquadram-se, em geral, em duas áreas complementares cuja complementaridade nem sempre se verifica: a proteção dos cidadãos e o empoderamento dos cidadãos (Hobbs, 2015; Bulger & Davison, 2018; Conselho da Europa, 2017). Se privilegia os riscos, encarando os aprendentes como vulneráveis, a Literacia para os media visa protegê-los (Hobbs, 2015). Se privilegia as oportunidades, encarando os aprendentes como potencial para delas beneficiarem, visa prepará-los, ou empoderá-los (para usar o anglicismo que passou ao português) nesse sentido. Ou seja, “quando as audiências são encaradas como ativas, a Literacia para os media concetualiza-as como criativas e capazes” (Hobbs, 2015, p.5., tradução própria).

A literatura na área das ciências da comunicação tende a priorizar a proteção dos utilizadores no seu uso mediático, enquanto a literatura na área da educação está habitualmente direcionada para o empoderamento dos utilizadores (Hobbs, 2015). Proteção e o empoderamento são, porém, duas faces de uma mesma moeda e, portanto, ambas são fundamentais em termos de Literacia para os media (Buckingham, 2003; Hobbs, 2010).

Adicionalmente, a educação em Literacia para os media deve envolver atores externos, como por exemplo as empresas detentoras de redes sociais (Conselho da Europa, 2017), devido à acentuada presença destas plataformas na dieta mediática dos consumidores de media. Segundo Potter (2013), as intervenções de educação em Literacia para os media podem acontecer de modo natural ou construído. As intervenções naturais tendem a envolver agentes presentes no dia-a-dia dos indivíduos, sendo baseadas no senso comum e na ideia de que a transmissão de certas competências ou conhecimentos pode eventualmente ser útil.

Por contraste, as intervenções construídas tendem a ser desenhadas por investigadores, sendo fundamentadas por diversos tipos de investigação ou estudos

relacionados com a Literacia para os media. De modo geral, é importante ter em consideração que o termo “educação em Literacia para os media” é utilizado em todos os contextos ou cenários em que ocorre a aprendizagem visando aumentar os níveis de literacia dos aprendentes (Hobbs, 2015).

Apesar da relevância da educação em Literacia para os media, a sua integração num ambiente formal, como a escola, pode ser um desafio devido à tendencial carência de sinergias entre o conhecimento transmitido a nível escolar e a sua aplicabilidade na vida “real” (Hobbs, 2010). Por este motivo, Hobbs (2010) recomenda que as “experiências de literacia estejam mais relacionadas com os interesses dos estudantes, o seu dia a dia, e atuais eventos importantes” (p.31., tradução própria). A interligação entre o ensino formal e o “mundo exterior” pode ser importante de modo a reforçar a relevância da Literacia para os media, tanto dentro como fora do ambiente escolar, bem como para se adequar às especificidades e realidades individuais de cada aluno.

Os programas de educação e currículos em Literacia para os media tendem a ser direcionados a um público jovem em idade formativa (Hobbs, 2015). Todavia, deve ser caracterizada como um processo ao longo da vida (Hobbs, 2010; Unesco, 2021), sendo que os cidadãos têm de se adaptar à constante inovação tecnológica e mediática, aprofundando progressivamente as suas competências e o seu conhecimento a este nível. Deste modo, os programas de educação em Literacia para os media são imperativos “não apenas para as gerações mais novas, mas também para pessoas de todas as idades, incluindo pais, professores e profissionais de media” (Hobbs, 2010, p.50., tradução própria).

A Comissão Europeia (2022) separa as competências relacionadas com literacia entre (1) habilidades, (2) conhecimento e (3) atitudes. As habilidades estão relacionadas com a capacidade de aplicar o conhecimento obtido para resolver problemas: estas representam as competências técnicas, bem como a capacidade de interagir de um modo criativo e lógico com media. O conhecimento está relacionado com a aquisição de sabedoria sobre determinadas teorias e práticas essenciais para compreender processos de comunicação e informação. Por fim, as atitudes estão relacionadas com as motivações do uso de media, as aspirações dos utilizadores, e os seus valores e prioridades quando recorrem a um determinado meio mediático.

O domínio de competências de uso técnico de media não se traduz necessariamente na diminuição do risco associado ao uso de tecnologias (Hobbs, 2015). Neste sentido, embora a maior parte dos jovens recorra diariamente a múltiplos meios mediáticos e tecnológicos, isto não significa que disponham das competências adequadas para interagir plenamente com estes meios (Hobbs, 2010). De modo a promover um uso íntegro de media deve-se “ativar a conscientização [dos cidadãos] e suportar o desenvolvimento de um pensamento refletivo e metacognitivo” (Hobbs, 2015., p.6.). Por este motivo, as competências habitualmente relacionadas com *habilidades suaves*, ou *soft skills* (Conselho da Europa, 2017), requerem a mesma atenção e fortalecimento do que as habilidades operativas ou técnicas.

A educação em Literacia para os media é fundamental para que os cidadãos obtenham as competências, habilidades e atitudes necessárias para gerir a sua inter-relação com os media. Professores e formadores devem ter o conhecimento e as ferramentas adequadas para que os seus alunos consigam tomar partido dos diversos projetos de Literacia para os media. Tal como enunciado por Bulger & Davison (2018), “a educação em Literacia para os media torna visíveis o que são por vezes estruturas invisíveis, com o objetivo de criar compradores atentos, observadores céticos e cidadãos bem informados” (p.7., tradução própria).

2. Literacia para os Media em Portugal

2. Literacia para os media em Portugal

Este capítulo apresenta uma lista não exaustiva dos principais atores institucionais, associativos e empresariais com intervenção no campo da Literacia para os media em Portugal, bem como plataformas e agregadores de recursos. São ainda apresentados exemplos de projetos em curso.

Alguns atores referidos desenvolvem diferentes tipos de atividades associados à Literacia para os media, por exemplo, disponibilizando recursos ou implementando projetos de investigação ou outros, pelo que procura destacar-se as atividades mais importantes evitando a duplicação de informação. Nesse sentido, alguns atores são referidos em diversos momentos.

De referir ainda que, neste capítulo, optou-se por respeitar as designações usadas por atores, autores, agregadores e investigadores para se referirem à Literacia para os media.

2.1. Atores

2.1.1. Direção-Geral da Educação



A **Direção-Geral da Educação** (DGE) promove diversas iniciativas e projetos relacionados com a **Educação para os Media**.² Neste âmbito, a DGE pretende que os alunos desenvolvam as competências necessárias de modo a interagirem plenamente com as tecnologias de informação e comunicação. Através da Educação para os Media, visa promover uma utilização crítica e segura dos diferentes media.

² Link para o site da Direção-Geral da Educação: <https://dge.mec.pt/>

Dentro da DGE é importante de destacar a Direção de Serviços de Projetos Educativos (DSPE), dirigida por José Carlos Sousa. A DSPE tem um papel fundamental no desenvolvimento e coordenação das iniciativas da DGE relacionadas com a Educação para os Media, bem como outras temáticas educativas.

É ainda de salientar a Equipa de Recursos e Tecnologias Educativas (ERTE), coordenada por Carla Lourenço. A ERTE é umas das três equipas multidisciplinares que integram a DGE, sendo os seus objetivos baseados na sensibilização e promoção da educação digital no percurso educativo dos alunos. Para atingir estes objetivos, a ERTE realiza diversas iniciativas relacionadas com a criação e divulgação de recursos educativos, a formação de professores, a promoção de investigação científica, entre outras. A ERTE também participa no desenvolvimento dos **Centros de Competência TIC** (CCTIC). Segundo o seu site, “os CCTIC, em estreita colaboração com a ERTE, têm como missão apoiar as escolas na integração curricular das TIC, contribuindo, desta forma, para o desenvolvimento das competências digitais na educação.”³

Seguidamente, são apresentadas algumas das iniciativas e projetos desenvolvidos pela DGE e os seus diversos núcleos e equipas:

Em 2014, foi publicado pelo Ministério da Educação e da Ciência um **Referencial de Educação para os Media**, dirigido à educação pré-escolar, ao ensino básico (1.º, 2.º e 3.º ciclos) e ao ensino secundário do sistema português de ensino⁴. Este referencial, como é descrito na sua introdução, propõe para os níveis escolares referidos um quadro de referência para o trabalho pedagógico em torno das questões da Educação para os Media, tendo como base documentos análogos de diversos países e tomadas de posição de instituições europeias e internacionais sobre o assunto.

Este é um documento de referência para a implementação da Educação para os Media em contexto escolar e pré-escolar, reconhecendo que, no seu processo de adoção das Escolas, este guia beneficiará de uma metodologia diversificada, dado entender-se como uma temática transversal e transdisciplinar da Educação para a Cidadania.

³ Link para o site da ERTE: <https://erte.dge.mec.pt/>

⁴ É de salientar que este referencial se encontra em processo de revisão desde 2020. Não obstante, a versão publicada em 2014 pode ser acedida através do seguinte link: <https://bit.ly/3bem6Yt>

Quanto à estrutura do referencial – e sublinhando-se o conselho, descrito no mesmo, deste ter de ser adaptado de diferentes modos, mediante o contexto escolar –, este acolhe uma abordagem do campo comunicacional e mediático propositadamente abrangente. Foram assim elaboradas 12 temáticas gerais, que detêm, particularmente, determinados subtemas e objetivos. As temáticas são as seguintes: 1. Comunicar e informar; 2. Compreender o mundo atual; 3. Tipos de Media; 4. As TIC e os ecrãs; 5. As redes digitais; 6. Entretenimento e espetáculo; 7. Publicidade e marcas; 8. Produção e indústria/ profissionais e empresas; 9. Os Media como construção social; 10. Audiências, públicos e consumos; 11. Liberdade e ética, direitos e deveres; 12. Nós e os Media.

A título de exemplo, a próxima tabela debruça-se sobre a última temática (“12. Nós e os Media”), apresentando os seus subtemas e objetivos:

Tabela 1 – Exemplo de um dos temas do Referencial para o sistema de ensino português (2014)

Tema	Subtemas	Objetivos gerais	Objetivos específicos
12. Nós e os Media	<ul style="list-style-type: none"> - Participar nos/pelos Media; - Produzir conteúdos/ mensagens 	<ul style="list-style-type: none"> - Desenvolver estratégias de comunicação através dos diversos <i>media</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Saber como se pode criar um media; - Aprender a fazer um jornal escolar; - Aprender a fazer um blogue; - Saber se e como se pode ter voz num meio de comunicação social; - Conhecer e aplicar os princípios éticos de criação e de publicação de conteúdos no espaço público; - Tomar conhecimento da possibilidade de direito de resposta e de direito de retificação nos media

Fonte: “Referencial de Educação para os Media”, 2014, p. 14. Edição: OberCom, 2023

O referencial inclui bibliografia essencial e recursos que podem apoiar a formação e a ação docente nos campos cinematográfico, videográfico, sonoro, multimédia, entre outros.

A DGE promove o projeto “**Academia Digital para Pais**” em parceria com a empresa E-Redes⁵. Através deste projeto são disponibilizadas ações de formação direcionadas aos encarregados de educação de alunos do ensino básico. As ações de formação pretendem que os encarregados de educação obtenham diversas competências digitais consideradas essenciais. Este programa teve início em 2021 e está atualmente na sua terceira edição, que estreia o curso “Consumidor Digital”, que pretende sensibilizar e instruir os encarregados de educação na adoção de comportamentos que resultem na poupança de energia e no consumo adequado de recursos naturais.

Adicionalmente, estão também disponíveis os cursos “Competências Digitais Básicas” e “Segurança e Cidadania Digital” de edições prévias. Todos os cursos disponibilizados ocorrem em horário pós-laboral e têm a duração de 8 horas, sendo possível que participem 2 membros do agregado familiar de cada aluno. O projeto é desenvolvido em 203 unidades escolares e conta com o apoio do Centro de competências TIC da Universidade de Aveiro e do Centro de Sensibilização SeguraNet.

A DGE também desenvolve os “**Encontros Nacionais de Educação para os Media**”, realizados anualmente, com o objetivo de criar um espaço de reflexão e debate sobre os temas da informação e dos media.

De referir igualmente o concurso **Media@ção**⁶ – também no âmbito, entre outras instituições, da RBE –, que pretende fomentar, junto da comunidade educativa, e particularmente nos alunos, o uso crítico, responsável e criativo dos media, como instrumentos de cidadania e de liberdade de expressão. O tema definido para a edição 2022-2023 explora a relação complexa entre media e democracia. Neste sentido, os alunos devem abordar diferentes vertentes do impacto dos media nos processos democráticos, refletindo sobre o que contribui, ou não, para o desenvolvimento da democracia e das suas instituições, e demonstrando o seu sentido crítico em relação a esta temática.

⁵ Link para a página do projeto “Academia Digital para Pais” da DGE: <https://www.dge.mec.pt/academia-digital-para-pais-3a-edicao>

⁶ Link para acesso a informações sobre o concurso Media@ção: <https://www.pnl2027.gov.pt/np4/mediacao2022.html>

Podem candidatar-se alunos de escolas públicas, privadas e cooperativas, de ensino básico e secundário, e de escolas profissionais, e alunos do ensino básico e/ou secundário de escolas portuguesas no estrangeiro, e de escolas que integram a rede de ensino de português no estrangeiro. No âmbito do Media@ção, foi também criado um canal de YouTube⁷, no qual podem ser vistos vídeos que se debruçam sobre o audiovisual e diversas questões: por exemplo, sobre direitos de autor ou sobre cedência de direitos de imagens.

2.1.2. Rede de Bibliotecas Escolares



O programa **Rede de Bibliotecas Escolares** (RBE)⁸ foi criado em 1995 e introduzido em 1996 com o objetivo de “instalar e desenvolver bibliotecas em escolas públicas de todos os níveis de ensino, disponibilizando aos utilizadores os recursos necessários à leitura, ao acesso, uso e produção da informação em suporte analógico, eletrónico e digital”⁹. A RBE tem cumprido os seus objetivos, disponibilizando variados recursos educativos, divulgando informação em múltiplas áreas do saber e desenvolvendo diversos projetos e iniciativas que envolvem várias temáticas educativas, incluindo a Literacia para os media.

Em 2012 a RBE publicou o referencial “**Aprender com a biblioteca escolar**”¹⁰, dando resposta à necessidade de promover cenários de aprendizagem e recursos educativos inovadores que proporcionem um aproveitamento íntegro dos novos meios digitais. Este referencial debruça-se sobre as novas literacias consideradas essenciais no ambiente contemporâneo em que os meios tradicionais e digitais se encontram cada vez mais entrelaçados. Como descrito no referencial, “estas literacias compreendem um conjunto de conhecimentos, capacidades, atitudes e valores de

⁷ Link para o canal de YouTube do Media@ção: <https://www.youtube.com/@MediaacaoConcurso>

⁸ Link para o site da RBE: <https://www.rbe.mec.pt/np4/home.html>

⁹ <https://www.rbe.mec.pt/np4/sobre.html>

¹⁰ O referencial “Aprender com a biblioteca escolar” pode ser acedido através do seguinte link: <https://rb.qv/4czyxy>

carácter transversal, indispensáveis a um ensino de qualidade, capaz de responder às exigências formativas do mundo atual e de educar para o pleno exercício da cidadania” (Conde, Mendinhos e Correia, 2017, p.10.).

Inicialmente, o referencial era direcionado apenas à educação Pré-escolar e ao Ensino Básico. No entanto, a atual edição, datada de 2017, envolve também o Ensino Secundário, estabelecendo-se, deste modo, como uma ferramenta progressiva que pode acompanhar todo o percurso de escolaridade obrigatória dos alunos.

O referencial “Aprender com a biblioteca escolar” apresenta uma dinâmica flexível, sendo adaptável às diferentes realidades e condições escolares. (Conde, Mendinhos e Correia, 2017) Adicionalmente, pode ser incorporado em diversas atividades de âmbito curricular e extracurricular. Atualmente, mais de 1600 escolas em Portugal já utilizaram o referencial de modo a aperfeiçoar o processo educativo das áreas em destaque.

Tabela 2 – Áreas de Literacia do Referencial “Aprender com a biblioteca escolar”

Literacia da Leitura	Literacia dos Media	Literacia da Informação
A literacia da leitura inclui o uso, reflexão e compreensão de textos multimodais. Integra também o domínio de diferentes formas de expressão: oral, escrita e multimédia. (p.27.)	As práticas de literacia dos media visam dotar os alunos de conhecimentos necessários para o seu uso criativo e informado (p.37.)	As práticas de literacia da informação visam dotar os alunos de conhecimentos que os capacitem para o acesso, produção e uso crítico da informação e para uma comunicação eficaz, ética e socialmente responsável (p.43.)

Fonte: Referencial “Aprender com a biblioteca escolar”, 2017. Edição: OberCom, 2023

A Tabela 2 apresenta as três grandes áreas de literacia desenvolvidas no referencial “Aprender com a biblioteca escolar” (2017), sendo de salientar que a Literacia Digital é abordada de modo transversal no âmbito das três literacias destacadas.

Em relação à estrutura do referencial, encontra-se organizado em duas partes. Na primeira, para cada literacia são apresentadas as diversas competências/ capacidades que os alunos devem conseguir alcançar, bem como um leque de atitudes e valores exclusivas para cada literacia, mas transversais aos diversos ciclos de ensino. Adicionalmente, ainda na primeira parte são exibidas diversas estratégias de operacionalização que podem ser desenvolvidas em cada uma das áreas de literacia.

Na segunda parte do referencial são apresentadas diversas atividades que podem ser aplicadas em articulação entre a biblioteca e múltiplas disciplinas e áreas curriculares. Para cada uma das atividades são destacadas: as aprendizagens associadas ao trabalho da biblioteca escolar, os objetivos da atividade, os conteúdos curriculares e as estratégias/ tarefas. Por fim, são sugeridos recursos e métodos de avaliação.

Para apoiar o trabalho das bibliotecas e dos professores na implementação deste referencial, e para além das sugestões de atividades constantes no documento, a Rede de Bibliotecas Escolares disponibiliza o sítio “**Aprender com a biblioteca escolar: Atividades e recursos**”⁴, que se encontra em permanente atualização. Este site é, tal como o próprio documento, dividido em três áreas de literacia, relevando em especial para este efeito “**Saber usar os *media***”⁵.

A RBE proporciona também no seu portal o acesso a sites da sua responsabilidade com recursos digitais que se cruzam e complementam o trabalho na área da literacia dos *media*:

- Destinado a um público escolar do 3.º ciclo e do ensino secundário, o “**MILD: Manual de Instruções para a literacia digital**”¹¹;

¹¹ Link para o site “MILD: Manual de instruções para a literacia digital”: <https://mild.rbe.mec.pt/>

- Com curadoria de conteúdos, instrumentos e tutoriais na área da informação e dos media, a “**Biblioteca escolar digital**”¹²;

- Coligindo um conjunto de aplicações para dispositivos móveis com potencialidade pedagógica, organizadas por categorias, “**Apps para a educação**”¹³.

2.1.3. Centro Nacional de Cibersegurança



O **Centro Nacional de Cibersegurança** (CNCS) tem como objetivo a promoção de um ciberespaço livre, confiável e seguro que possa ser navegado plenamente por cidadãos e organizações¹⁴. O CNCS possui variadas

competências de autoridade nacional, bem como de coordenação e supervisão da cibersegurança a este mesmo nível.

No entanto, para além destas competências, o CNCS também interage diretamente com os cidadãos, com o intuito de os envolver nas políticas de cibersegurança e promover boas práticas em diversas atividades no meio online. Promove a sensibilização e treino no uso de tecnologias online, bem como vários domínios da cibersegurança; dissemina alertas de cibersegurança que podem ser consultados pelos cidadãos; produz guiões de boas práticas dirigidos tanto a indivíduos como a organizações; desenvolve relatórios e publicações em relação à situação de cibersegurança nacional nas suas múltiplas vertentes; e coordena a resposta a incidentes (que podem ser reportados pelos utilizadores) dentro do ciberespaço.

É também responsável pelo **Observatório da Cibersegurança** que, segundo o seu site, “visa observar o fenómeno da cibersegurança em Portugal, nas suas mais

¹² Link para o site “Biblioteca escolar digital”: <https://www.rbe.mec.pt/np4/bed.html>

¹³ Link para o site “Apps para a educação”: <https://appseducacao.rbe.mec.pt/>

¹⁴ Link para o site do CNCS: <https://www.cncs.gov.pt/>

variadas componentes, de modo a informar as partes interessadas e a suportar a definição de políticas públicas”¹⁵.

A formação de cidadãos é outra das preocupações do CNCS, que oferece cursos gratuitos através da plataforma online NAU, focados nas ameaças no ciberespaço, nos cuidados que devem ser considerados no uso de tecnologia, nos perigos da desinformação, no consumo seguro de conteúdo online, entre outros. Atualmente estão disponíveis quatro cursos: Cidadão Ciberinformado¹⁶, Cidadão Ciberseguro¹⁷, Cidadão Cibersocial¹⁸ e Consumidor Ciberseguro¹⁹.

O CNCS está ainda encarregue da coordenação de alguns centros e iniciativas relacionadas com a segurança online e a promoção de boas práticas no meio digital. De destacar é o **Centro Internet Segura (CIS)**²⁰, é dirigido por um consórcio coordenado pelo CNCS e que envolve a DGE, a FCT, o Instituto Português do Desporto e Juventude, a Associação Portuguesa de Apoio à Vítima (APAV), a Fundação Altice e a Microsoft.

O CIS tem o objetivo de promover o uso responsável e consciente da internet através de medidas de sensibilização, esclarecimento e apoio à população portuguesa, bem como a denúncia de diversos conteúdos ilegais encontrados no espaço online. Este centro disponibiliza também um canal de apoio, a Linha Internet Segura, coordenado pela APAV²¹. A Linha Internet Segura é gratuita e confidencial, permitindo que os cidadãos encontrem o apoio necessário na sua atividade online e que tenham a possibilidade de denunciar conteúdos ilegais ou nocivos encontrados no meio online. Ademais, o CIS promove anualmente atividades em torno do Dia da Internet Mais Segura celebrado a 7 de fevereiro.

O CNCS é ainda parceiro do **Centro de Sensibilização Segura Net**, coordenado pela DGE, e direcionado mais especificamente à comunidade escolar²². Este centro

¹⁵ Link para a página do Observatório da Cibersegurança: <https://www.cncs.gov.pt/pt/observatorio/>

¹⁶ Link para a página do curso Cidadão Ciberinformado: <https://www.nau.edu.pt/pt/curso/cidadao-ciberinformado/>

¹⁷ Link para a página do curso Cidadão Ciberseguro: <https://www.nau.edu.pt/pt/curso/cidadao-ciberseguro/>

¹⁸ Link para a página do curso Cidadão Cibersocial: <https://www.nau.edu.pt/pt/curso/cidadao-cibersocial/>

¹⁹ Link para a página do curso Consumidor Ciberseguro: <https://www.nau.edu.pt/pt/curso/consumidor-ciberseguro/>

²⁰ Link para o site do Centro Internet Segura: <https://www.internetsegura.pt/>

²¹ Link para a página da Linha Internet Segura: <https://www.internetsegura.pt/lis/sobre-a-lis>

²² Link para o site do Centro de Sensibilização Segura Net: <https://www.seguranet.pt/pt/sessoes-de-sensibilizacao>

tem o objetivo de promover a Cidadania Digital e a Educação para os Media nas Escolas. A ação do Segura Net passa pela formação de professores, pela disponibilização de conteúdos e de recursos educativos, ou ainda por sessões de sensibilização sobre estas temáticas. O site disponibiliza recursos, nomeadamente a serem utilizados por professores ou educadores, como podcasts sobre cidadania digital, tiras de banda desenhada, propostas de atividades, ou outras animações.

2.1.4. Secretaria-Geral da Presidência do Conselho de Ministros (SGPCM)



PRESIDÊNCIA DO CONSELHO DE MINISTROS
Secretaria-Geral

A **Secretaria-Geral da Presidência do Conselho de Ministros (SGPCM)**²³ tem desempenhado um triplo papel na área da Literacia para os media. Em primeiro lugar, é o serviço da Administração Pública que presta assessoria ao Governo, do ponto de vista técnico, na definição de políticas públicas na área da Comunicação Social, mas também na transposição de legislação europeia para a legislação nacional.

Em segundo lugar, tem assumido o papel de nó central de uma rede de atores que têm intervenção na área das políticas públicas em Comunicação Social, cujo trabalho em parceria gera dinâmicas de afirmação da Literacia para os media no espaço público. A título de exemplo, a SGPCM foi um dos fundadores do Grupo Informal de Literacia Mediática (GILM), é associada do Observatório da Comunicação (OberCom) e copromotora do Centro Protocolar de Formação Profissional para Jornalistas (CenJOR), entidades que desempenham papéis relevantes na área da Literacia para os media, como é referido adiante, neste relatório.

Em terceiro lugar, a SGPCM representa Portugal em dois grupos da Comissão Europeia: (1) no grupo de peritos de Literacia Mediática²⁴, criado em 2011 para explorar sinergias entre a legislação dos estados-membros, promovendo práticas e

²³ Link para o site da Secretaria-Geral da Presidência do Conselho de Ministros: <https://www.sg.pcm.gov.pt/>

²⁴ Link para o Media Literacy Expert Group: <https://ec.europa.eu/transparency/expert-groups-register/screen/expert-groups/consult?lang=en&do=groupDetail.groupDetail&groupID=2541>

redes de colaboração na área da Literacia dos Media; (2) no grupo de peritos para uma Internet mais segura para crianças²⁵, criado em 2019, com o objetivo de melhorar a coordenação e a cooperação entre os Estados-Membros da UE para manter as crianças seguras quando utilizam a Internet. Ambos os cargos são desempenhados pelo diretor de Serviços de Relações Internacionais e Comunicação, Sérgio Gomes da Silva.

Finalmente, e através do seu Centro de Conhecimento, a SGPCM desenvolve atividades relacionadas com Literacia dos Media, tais como seminários, workshops, visitas de escolas a órgãos de soberania, colaborando assim em diferentes projetos educativos.

2.1.5. Centro Protocolar de Formação Profissional para Jornalistas (CENJOR)



O **Centro Protocolar de Formação Profissional para Jornalistas (CENJOR)**²⁶, criado, em 1986, desenvolve atividades prioritariamente destinadas a jornalistas e outros trabalhadores das empresas jornalísticas,

visando a qualificação e aperfeiçoamento de profissionais em áreas que vão das técnicas jornalísticas nas áreas da imprensa, rádio, televisão, digital, multimédia e fotografia.

A sua intervenção tem um âmbito internacional, na vertente europeia, pois participa em programas de formação em parceria com outros centros, institutos e universidades, no âmbito da Associação Europeia de Formação em Jornalismo (EJTA). É membro fundador do Réseau Transméditerranéen de Recherche en Communication (RTRC), com sede em França.

Atualmente, o CENJOR é membro do consórcio Iberifier, o Observatório Ibérico dos Media Digitais e da Desinformação, tendo como missão a formação de jornalistas e

²⁵ Link para o site do Grupo de peritos para uma Internet mais segura para crianças: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/pt/policies/expert-group-safer-internet>

²⁶ Link para o site do Centro Protocolar de Formação Profissional para Jornalistas: <https://www.cenjor.pt/>

outros públicos no combate à desinformação. Tem ainda envolvido dezenas de jornalistas e outros profissionais na formação pedagógica inicial de formadores, dando assim um contributo essencial para a formação profissional em Portugal.

O Cenjor é ainda parceiro do projeto "**Literacia Media e Jornalismo: práticas pedagógicas com os media e acerca dos Media**", desenvolvido pela Associação Literacia para os media e Jornalismo em parceria com a Direção-Geral da Educação. No âmbito deste projeto, formou mais de 160 jornalistas e outros profissionais do continente e ilhas, em Literacia dos Media, bem como um conjunto significativo de professores nas áreas de Lisboa e Algarve.

2.1.6. Plano Nacional de Leitura (PNL)



O **Plano Nacional de Leitura (PNL)**²⁷ 2017-2027 definiu como uma das áreas de intervenção a valorização de todas as literacias, sendo a leitura e a escrita transversais, valorizando assim os indivíduos através da articulação dos textos e do livro com o áudio e o multimédia.

Para a década 17-27 foram definidos 10 objetivos gerais, que consistem em facilitar o acesso à leitura e ao conhecimento, aumentar os hábitos e os índices de leitura da população, no sentido de melhorar competências e níveis de literacia dos portugueses, promovendo o prazer e o gosto pela leitura, desenvolvendo a formação leitora e consciencializando a sociedade do valor e da importância da leitura.

São ainda objetivos do PNL criar uma cultura e um ambiente económico-social favoráveis à multiplicação das práticas e dos contextos sociais de leitura, potenciar a presença e a projeção mediática da leitura, integrar a leitura com a literatura, as ciências, as artes e as tecnologias, realizando e disseminando estudos científicos, contribuindo para uma nova ecologia que se faz de múltiplas literacias e usar a leitura

²⁷ Link para o site do Plano Nacional de Leitura: <https://www.pnl2027.gov.pt/np4/home>

para combater a desinformação, o preconceito e a ignorância. Para tal, mobiliza pessoas qualificadas, experientes, criativas e inovadoras.

Para a implementação dos objetivos, o PNL tem desenvolvido um conjunto de atividades e projetos entre os quais se destacam as plataformas:

- **LER – Leitura e Escrita: Recursos**²⁸, centrada em informação científica e recursos para o ensino da leitura e da escrita;
- **PICCLE - Plano de Intervenção Cidadãos Competentes em Leitura e Escrita**²⁹, centrada na criação, agregação e curadoria de conteúdos dirigida a docentes, com vista ao desenvolvimento das competências digitais de literacia dos jovens do 3º ciclo do Ensino Básico e do Ensino Secundário;
- **Leitura Orientada**³⁰, que apresenta materiais didáticos e orientações para os professores, para todos os níveis de ensino, organizados a partir das dificuldades dos alunos;
- **Cartografias Leitoras**³¹, que tem por finalidade mapear e divulgar as iniciativas de leitura e escrita promovidas pelas instituições do ensino superior em Portugal.

O site do PNL disponibiliza ainda a pesquisa no seu catálogo de livros recomendados³², além de disponibilizar links para outros recursos em diferentes suportes e disponíveis online.

²⁸ Link para a plataforma LER – Leitura e Escrita: Recursos: <https://ler.pnl2027.gov.pt/>

²⁹ Link para a plataforma PICCLE: <https://piccle.pnl2027.gov.pt/>

³⁰ Link para a plataforma Leitura Orientada: <https://www.leituraorientada.pnl2027.gov.pt/in%C3%ADcio>

³¹ Link para a plataforma Cartografias Leitoras: <https://cartografiasleitoras.pnl2027.gov.pt/>

³² Link para o Catálogo do PNL: https://www.pnl2027.gov.pt/np4/livrospnl?cat_livrospnl=catalogo_blx

2.1.7. Plano Nacional de Cinema (PNC)



O **Plano Nacional de Cinema (PNC)** tem como objetivo desenvolver o gosto pelo cinema entre o público escolar, criando as condições para que tal seja possível, valorizando o cinema como forma de arte e implementando um programa de literacia para o cinema, que inclui a divulgação de obras cinematográficas nacionais.

É operacionalizado por uma equipa que integra elementos da Cinemateca Portuguesa – Museu do Cinema (CP-MC), do Instituto do Cinema e do Audiovisual (ICA) e da Direção-Geral da Educação (DGE). O trabalho desenvolvido envolve agrupamentos de escolas e escolas não agrupadas, no sentido de formar públicos, mas também de articular o cinema com o currículo e de aumentar a divulgação e exibição de cinema em colaboração com o setor do cinema e do audiovisual.

De acordo com dados disponíveis no site do PNC³³, estão atualmente inscritas 552 escolas, as quais têm acesso a um conjunto de filmes disponibilizados, de forma gratuita para exibição nas escolas, através de uma plataforma *streaming* criada para o efeito. No ano letivo de 2021-22, assistiram às 5987 exibições de filmes da plataforma 159046 alunos e 9705 professores.

Entre 1 de setembro de 2022 e 31 de janeiro de 2023, o site do PNC foi visitado por cerca de 15 mil utilizadores, a partir dos cinco continentes, com destaque para Portugal (13916, seguido do Brasil (277) e EUA (272).

Além dos filmes disponíveis através da plataforma *streaming*, o PNC organiza formação acreditada para professores, online e face-a-face, bem como outras atividades, como sessões de cinema comentado ou outros encontros. Publica ainda uma coleção de dossiês pedagógicos de apoio aos docentes, documentos que têm como referencial curricular base o Perfil dos Alunos à Saída da Escolaridade

³³ Link para o site do Plano Nacional de Cinema: <https://pnc.gov.pt/>

Obrigatória. O site do PNC disponibiliza ainda bibliografia, um glossário sobre cinema e notícias das atividades desenvolvidas.

2.1.8. Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC)



A **Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC)** tem um papel importante na promoção e dinamização da Literacia para os media no território português.³⁴ Desde 2020 a Literacia para os media integra oficialmente parte das competências legais da ERC. Neste âmbito, a ERC responsabiliza-se a desenvolver um relatório a cada triénio sobre a evolução das competências de Literacia para os media em Portugal. Adicionalmente, a ERC tem o dever de assegurar que o serviço público de media desenvolve um plano de ação relacionado com a promoção de Literacia para os media que seja acessível e adaptado às necessidades dos cidadãos.

Embora as responsabilidades legais da ERC no âmbito da Literacia para os media apenas tenham sido consolidadas em 2020, é importante destacar que antes desse período a ERC já realizava trabalho na promoção da Literacia para os media.

Em 2009, a ERC foi uma das entidades fundadoras do Grupo Informal para a Literacia dos Media (GILM), e até hoje coorganiza e participa nos seus congressos bianuais de Literacia para os media. Ademais, a ERC também é um dos participantes na operação “7 dias com os media” dinamizada pelo GILM³⁵.

Em 2011 foi divulgado o estudo **“Educação para os Media em Portugal: experiências, atores e contextos”**, publicado pela ERC e realizado pelo CECS, da Universidade do Minho. O estudo procede a um levantamento de projetos, iniciativas, atividades e experiências, identificando temáticas e atores, e culmina com um

³⁴ Link para o site da ERC: <https://www.erc.pt/pt/>

³⁵ A operação “7 dias com os media” é apresentada em mais detalhe no subcapítulo referente ao GILM.

conjunto de recomendações e orientações tendentes à promoção da educação para os média no país, com base nos resultados obtidos.

Atualmente, a ERC participa em diversos projetos de Literacia para os media de âmbito nacional e internacional. A nível nacional é de referir a colaboração da ERC no projeto **LEMEL – Literacia e Educação Mediática em Linha**³⁶, bem como no grupo de trabalho encarregue da revisão do Referencial de Educação para os Media da DGE.

Na esfera internacional é de salientar a participação da ERC no projeto **Desafios de Educação para os Media**, no âmbito do programa educativo mySchools. Este projeto opera em seis países (Argentina, Espanha, Colômbia, México, Perú e Portugal) e pretende identificar as melhores iniciativas de Literacia para os media direcionadas a alunos dos 6 aos 18 anos. Adicionalmente, a ERC é o coordenador nacional do projeto europeu **EDUMEDIATEST - Media Literacy: interactive training and evaluation**, que pretende desenvolver uma plataforma de auxílio ao desenvolvimento da Educação para os Media disponível em múltiplos idiomas.

2.1.9. Conselho Nacional de Educação (CNE)



O **Conselho Nacional de Educação (CNE)** tem o objetivo de efetuar recomendações sobre a política educativa empregue em Portugal. Sendo um órgão independente e de natureza consultiva, o CNE tem um papel preponderante na moldagem do sistema de ensino português. Devido à importância da Literacia para os media no currículo escolar, esta é uma temática também acentuada e promovida pelo CNE através de diferentes iniciativas.

Em 2011, o CNE divulgou a “**Recomendação sobre Educação para a Literacia Mediática**”³⁷. Este documento ressalva a importância para a consciencialização e

³⁶ O Projeto LEMEL é apresentado em mais detalhe no subcapítulo referente aos recursos de Literacia para os media.

³⁷ Link para a Recomendação sobre Educação para a Literacia Mediática: <https://rb.qv/rwnraq>

relevância da Literacia para os media, e defende a evolução do tema nos parâmetros educacionais portugueses.

A recomendação emitida pelo CNE provém da recomendação de uma recomendação da Comissão Europeia (2009), sobre “literacia mediática no ambiente digital para uma indústria audiovisual e de conteúdos mais competitiva e uma sociedade do conhecimento inclusiva”³⁸. Nesta recomendação assume-se que uma sociedade com um bom nível de literacia nas questões dos media será simultaneamente um estímulo e uma pré-condição para o pluralismo e a independência dos meios de comunicação social.

É ainda de destacar que o CNE é o anfitrião do webinar “O Digital na Educação”, que em 2021 contou com a sua terceira edição. Este webinar tem o propósito de incitar a discussão em relação às possibilidades criadas e potenciadas pelas novas tecnologias de informação e comunicação na área da educação e da Literacia para os media.

Em 2022, o CNE publicou a recomendação “**O Digital na Educação**”³⁹ assente nas seguintes três linhas de base: (1) o papel do digital na educação de estudantes – jovens e adultos. O desenvolvimento de competências digitais e de literacia mediática; (2) o papel do digital no desenvolvimento de competências digitais e de literacia mediática de professores, funcionários e *stakeholders*, ao serviço da qualidade do ensino, da aprendizagem e da gestão operacional das escolas; e (3) a infraestrutura digital do Sistema Nacional de Educação” (Cravinho et al., 2022, p. 1)

³⁸ Link para a recomendação da Comissão Europeia sobre literacia mediática no ambiente digital para uma indústria audiovisual e de conteúdos mais competitiva e uma sociedade do conhecimento inclusiva: <https://rb.gy/mzoea0>

³⁹ Link para a recomendação O Digital na Educação: <https://rb.gy/pgqgsp>

2.1.10. Grupo Informal sobre Literacia Mediática (GILM)



O **Grupo Informal sobre Literacia Mediática (GILM)** foi criado em 2009 por um conjunto de entidades públicas⁴⁰ – sem iniciativa governamental – com o objetivo de promover a literacia mediática em Portugal e colocar a Literacia para os media na agenda pública nacional. Atualmente tem 13 parceiros institucionais: 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-IPL), 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) e Secretaria-Geral da Presidência do Conselho de Ministros (SGPCM).

Este grupo levou a cabo diversas iniciativas no âmbito da Literacia para os media, em Portugal, como o congresso bienal sobre “**Literacia, Media e Cidadania**”, que se realiza desde 2011, destinado a contribuir para o aprofundar de conhecimentos relacionadas com o “pensar e agir digital”, e que é composto por sessões plenárias e blocos de comunicações livres, contando com participantes pertencentes aos universos mediático, educativo, universitário e cultural.⁴¹

Outra iniciativa promovida pelo GILM é a operação “**7 dias com os media**”,⁴² que envolve a apresentação de projetos que contribuam para melhorar e desenvolver a relação entre os indivíduos e os media. De professores a alunos ou famílias, até escolas ou universidades, todos podem participar e apresentar projetos ou atividades que considerem relevantes. As ideias dos participantes podem ser concretizadas em diversos formatos como seminários, conferências, tertúlias, debates, entrevistas, notícias, podcasts, vlogs, músicas, desenhos, fotografias, cartazes, vídeos, entre outros. A operação “7 dias com os media” celebrou em 2022 a sua 10ª edição, sob a

⁴⁰ Link para a informação sobre o GILM: <https://7diascomosmedia.gilm.pt/gilm/>

⁴¹ Link para o site do congresso bienal dinamizado pelo GILM: <https://congressolmc.gilm.pt/>

⁴² Link para o site da operação 7 dias com os media: <https://7diascomosmedia.gilm.pt/>

temática “Eu, as redes sociais e os media: que relação é esta.” No site são apresentados três tópicos de debate relacionados com o tema: (1) nós e os media – o que mudou ou não nesta relação; (2) estar online e o bem-estar digital; e (3) as redes sociais e os mundos que as suas imagens constroem.

No entanto, estes são apenas exemplos de propostas, sendo possível apresentar projetos que lidem com quaisquer temas relacionados com a relação entre cidadãos e media. A iniciativa “7 dias com os media” ocorre anualmente no início de maio, na semana em que se celebra o Dia Mundial da Liberdade de Imprensa (3 de maio). É objetivo que os projetos apresentados contribuam para a análise e discussão do impacto dos media e das redes sociais na vida individual e coletiva.

2.1.11. Observatório da Comunicação (OberCom)



O **Observatório da Comunicação** (OberCom) é uma organização sem fins lucrativos dedicada à produção e disseminação do saber e conhecimento em comunicação. Tal como descrito no seu site, “o OberCom tem por missão a produção de conhecimento e a mediação de um debate aberto, envolvendo académicos e especialistas, principais atores na indústria da comunicação em Portugal e público em geral”⁴³.

O OberCom dedica-se à análise das diversas vertentes da indústria dos media em Portugal e no mundo, explorando as suas características intrínsecas no paradigma da comunicação em rede. Deste modo, as publicações OberCom incidem sobre diversas temáticas na esfera das ciências da comunicação, incluindo a Literacia para os media.

Apesar de se dedicar extensivamente à produção de relatórios e trabalhos associados à vivência mediática atual, desempenha também um papel na difusão de projetos, realizados na área das ciências da comunicação. Através da revista científica **Journal**

⁴³ Link para o site do OberCom: <https://obercom.pt/>

(Obs)* Observatório, o OberCom promove a divulgação científica nacional e internacional na área das ciências da comunicação. O Journal (Obs)* destaca-se pelo rigor académico e pela diversidade de autores e objetos de estudo, encontrados nas suas publicações periódicas.

Através de múltiplas parcerias nacionais e transnacionais, o observatório consegue expandir consideravelmente a sua área de atividade, participando num leque vasto de produções a nível científico.



Figura 1. Site do OberCom

Nos vários projetos, iniciativas e colaborações que contam com a presença do OberCom encontram-se:

- O **Digital News Report (DNR)** é um estudo anual desenvolvido pelo Reuters Institute for the Study of Journalism (RISJ) dedicado à análise dos padrões de consumo de notícias em formato digital⁴⁴. Em 2022, o DNR envolveu 47 países, incluindo Portugal, que pela 8ª vez consta como participante neste projeto. O

⁴⁴ Link para o Digital News Report (2022): <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2022>

OberCom colabora com o RISJ no questionário elaborado para Portugal e em todo o processo de análise e interpretação dos dados recolhidos. Adicionalmente, o OberCom publica anualmente um relatório nacional do Digital News Report que coloca o mercado português em primeiro plano⁴⁵. Este relatório envolve uma análise mais detalhada da realidade portuguesa em relação ao consumo de notícias em formato digital.

- O **IBERIFIER – Iberian Media Research & Fact Checking** é o observatório de meios digitais e da desinformação baseado em Portugal e em Espanha que pretende fazer frente ao problema da desinformação. Tendo por base o ecossistema ibérico de meios digitais, encarrega-se de analisar e abordar as especificidades da desinformação no território ibérico. Integra cinco organizações de *fact-checking* e 18 universidades, centros de investigação e outras instituições, incluindo o OberCom. Tal como descrito no site do IBERIFIER, uma das suas principais missões é o “desenvolvimento de iniciativas de alfabetização mediática, dirigidas a jornalistas e comunicadores, a jovens e à sociedade em geral.”⁴⁶ Neste âmbito, foi publicado em 2022 um manual direcionado a professores e outros profissionais de media, e outro dedicado a formandos, ambos com o intuito de apoiar a sua formação na área da Literacia para os media. O manual apresenta um foco na vertente do *fact-checking* e do combate à desinformação.
- O relatório “**Impacto da desinformação na indústria dos media em Portugal e Espanha**”, produzido no âmbito do projeto IBERIFIER centra-se na confiança do público nos meios de comunicação social, a importância do rigor jornalístico na verificação da informação e a existência de um mercado de notícias sensacionalistas e/ou tendenciosas.

É ainda de salientar que o OberCom é uma das entidades que integra o Grupo Informal Sobre Literacia Mediática. Deste modo, os investigadores do OberCom participam e colaboram em diversas das iniciativas e projetos dinamizados pelo GILM.

⁴⁵ Link para o relatório português do Digital News Report (2022): <https://obercom.pt/digital-news-report-2022-portugal/>

⁴⁶ Link para o site do IBERIFIER: <https://iberifier.eu/observatorio/>

2.1.12. Observatório sobre média, informação e literacia (MILOBS)



O Observatório sobre média, informação e literacia (Milobs) foi criado em 2012 através de um protocolo assinado entre o Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, da Universidade do Minho, e o então Gabinete para os Meios de Comunicação Social.

Define-se como um observatório que monitoriza e divulga o que se faz no domínio da Educação para os Media, tanto em Portugal como no estrangeiro, procurando simultaneamente promover a literacia mediática nos diversos sectores da sociedade. Entre os vários recursos disponibilizados pelo observatório no seu site, destaque para diversos dados estatísticos – dentro do âmbito, naturalmente, dos media e da Literacia para os media –, sugestões de livros, artigos ou filmes, e atividades de origem nacional e internacional sobre o tema.

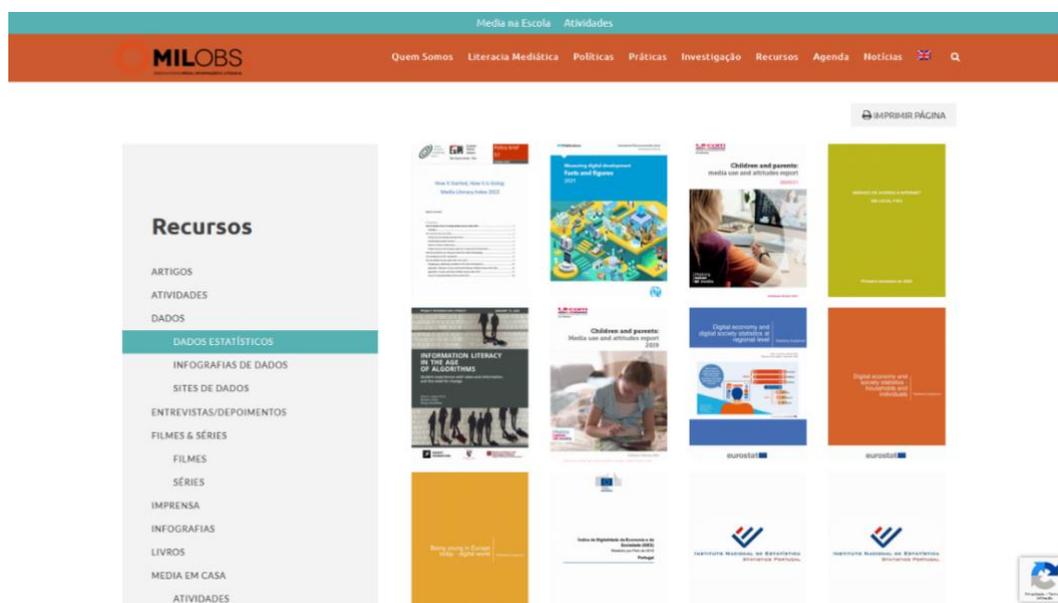


Figura 2. Área de recursos do site do MILOBS

O Milobs participa em diversos projetos, que se destacam de seguida, e que poderão dar uma ideia do que também se encontra em curso em diversos outros países, sendo que diversos programas detêm um cariz transnacional.

A iniciativa “**Media na Escola**” é um seguimento da iniciativa “Media em Casa” desenvolvida pelo Milobs no decorrer da pandemia Covid-19⁴⁷. Esta iniciativa surge no âmbito do regresso à escola por parte das crianças, sendo primeiro implantada no início do ano letivo 2021/2022. A iniciativa promove mensalmente uma atividade relacionada com a Literacia para os media que pode ser desenvolvida pelos professores com os seus alunos em contexto de sala de aula. Deste modo, pretende integrar e desenvolver a Literacia para os media no regresso dos alunos ao ensino presencial. Esta iniciativa é realizada em parceria com o PICCLE - Plano de Intervenção Cidadãos Competentes em Leitura e Escrita.

Já o projeto **E-Media Education Lab Project** é financiado pelo programa Erasmus+, tendo como objetivo proporcionar aos professores – incluindo futuros professores – o desenvolvimento de competências de Literacia para os media ⁴⁸. Essencialmente, são desenvolvidas estratégias de formação que lhes permitam implementar esta área na sua prática pedagógica.

De referir ainda a agenda de atividades de educação para os media “**25 + UM**”⁴⁹, organizado por Sara Pereira, Luís Pereira e Vitor Tomé em 2011. Este livro propõe uma série de atividades para desenvolver em âmbito escolar, para diferentes públicos-alvo – desde jardim de infância a alunos do 3.º ciclo e Secundário –, delineando os objetivos e identificando os recursos necessários.

A título de exemplo, e sendo o alvo os alunos do 1.º e 2.º ciclos, tem-se neste livro uma atividade (página 13) focada nos concursos televisivos em que o objetivo é, identificando um concurso televisivo, refletir sobre a finalidade deste género de programa, como se financia, como consegue manter a atenção do público semana após semana, ou em que radica o seu êxito. Com isto é pretendido: (1) conhecer o lugar deste género de programa nas grelhas de programação TV; (2) conhecer a

⁴⁷ Link para a página da iniciativa “Media na Escola”: <https://milobs.pt/categoria-recurso/media-na-escola/>

⁴⁸ Link para o site do projeto “E-Media Education Lab Project”: <https://bit.ly/38WANxS>

⁴⁹ Link para a página do site do repositório da Universidade do Minho em que se pode aceder ao livro “25+UM”: <https://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/29764>

lógica de funcionamento deste género de programa, identificando os seus objetivos centrais; e (3) analisar a interação que estabelece com as redes sociais e a sua importância para o programa.

Não sendo especificamente do Milobs, o CECS realizou também um estudo exploratório, “**Níveis de Literacia Mediática: Estudo Exploratório com Jovens do 12º ano**”⁵⁰, publicado em 2015, que pretendeu investigar os níveis de literacia de jovens do 12.º ano. Sendo um tema complexo, do qual podem ser retiradas várias conclusões, destaque para o que parece ser uma falta de capacidade de análise e da compreensão crítica da informação, por parte dos jovens, ao nível da literacia crítica (p. 93).

Uma outra publicação é o livro “**Tratar os Media por ‘Tu’ - Guia prático de Educação para os Media**”⁵¹, publicado em 2017, e no qual são também expostas atividades para alunos, seguidas pelos professores, no âmbito de Literacia para os media. Os objetivos concretos incluem propostas para atividades em família – ou seja, com os pais, fora do contexto de aulas.

2.1.13. Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação (SOPCOM)

SOPCOM Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação (SOPCOM)⁵², criada em 1998, Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação tem como objetivo geral desenvolver a investigação em Ciências da Comunicação, sendo objetivos específicos promover a investigação na área, constituir observatórios da Comunicação, estabelecer e manter intercâmbio com instituições congéneres nacionais e estrangeiras, divulgar informação relevante, apoiar a investigação dos seus membros e de jovens investigadores, mestrandos ou doutorandos e organizar

⁵⁰ Link para o livro “Níveis de Literacia Mediática: Estudo Exploratório com Jovens do 12º ano”: http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/40488/1/SP_MP_PM_2015_niveis_literacia.pdf

⁵¹ Link para o livro “Tratar os Media por ‘Tu’”: https://www.cecs.uminho.pt/wp-content/uploads/2017/07/Tratar_os_Media_por_Tu_Guia_pratico_de_EpM.pdf

⁵² Link para o site da SOPCOM: <https://sopcom.pt/>

um Congresso bienal onde se discutam temáticas fundamentais das Ciências da Comunicação.

Criada na sequência do I Encontro Luso-Brasileiro de Ciências da Comunicação, na Universidade Lusófona, em Lisboa, organiza o congresso SOPCOM desde 1999, estando também na organização do Encontro Luso-Brasileiro de Ciências da Comunicação, o LUSOCOM, da responsabilidade da Federação das Associações Lusófonas de Ciências da Comunicação, e o Congresso Ibérico de Ciências da Comunicação. Desde 2017, em parceria com a editora Documenta, promove dois concursos bianuais dos quais resultam publicações: o Prémio Nacional de Excelência para Teses de Doutoramento Paquete de Oliveira e a coleção Livros SOPCOM, para obras coletivas.

Os associados da SOPCOM estão organizados em 20 grupos de trabalho (GT), todos eles de alguma forma ligados à Literacia dos Media, como por exemplo os GT Comunicação e Educação, Estudos fílmicos, Públicos e audiências, Cultura Visual, e Media regionais e comunitários. Fruto do trabalho destes grupos, a SOPCOM publica quatro revistas académicas, nomeadamente “Estudos de Jornalismo”, “Vista”, “Revista Portuguesa de História da Comunicação” e “Comunicando”, esta última da responsabilidade do GT de Jovens Investigadores. Publica ainda atas de congressos, os Cadernos SOPCOM e uma newsletter mensal.

2.1.14. Associação Literacia para os media e Jornalismo (ALPMJ)



A **Associação Literacia para os media e Jornalismo (ALPMJ)**⁵³ foi criada em 2020 como resultado do projeto ‘Literacia para os media e Jornalismo: práticas pedagógicas com os media e acerca dos media’, iniciado em 2017, por iniciativa do Sindicato dos Jornalistas, tendo como parceiros a Direção-Geral da Educação (DGE) e o Centro Protocolar de Formação Profissional para Jornalistas (CENJOR).

⁵³ Link para o site da Associação Literacia para os media e Jornalismo: <https://associacaoliteracia.pt/>

Até ao momento, o projeto permitiu formar mais de 160 jornalistas e outros profissionais da comunicação em Literacia dos media, cinco dezenas dos quais estão certificados como formadores de docentes. Entre janeiro de 2019 e maio de 2022 os jornalistas formaram cerca de 300 professores que trabalham em escolas do Continente e dos Açores. Atualmente, a ALPMJ é parceira do projeto IBERIFIER⁵⁴ e está a formar jornalistas, professores e outros públicos (entre eles maiores de 65, migrantes, membros de minorias e pessoas que moram em contextos socialmente desfavorecidos) em Literacia dos Media.

A primeira formação de docentes teve lugar em janeiro de 2019, tendo envolvido 100 docentes do 3.º ciclo do ensino básico e secundário, pertencentes a 40 agrupamentos de escolas distribuídos por cinco regiões (Norte, Centro, Lisboa, Alentejo e Algarve). Como é possível verificar no site, as sessões de formação com uma componente teórica (8h) e prática (12h), tiveram o objetivo de disponibilizar metodologias, recursos e ferramentas aos professores.

No ano de 2020 o projeto alterou-se formalmente através da constituição da ALMPJ. Como descrito no seu site, “a associação tem por missão disponibilizar a professores e outros públicos metodologias, recursos e ferramentas que possam ser usadas em atividades de Literacia para os media com alunos, comunidades escolar e educativa, ou outras”.

Após uma interrupção devido à pandemia Covid-19, em setembro de 2020 foram realizadas novamente duas oficinas de formação em regime online direcionadas a professores do pré-escolar e 1ºciclo. Em 2021, a associação expandiu a sua atividade colaborando em diversos projetos com entidades como a RTP Ensina e o IBERIFIER.

⁵⁴ Link para o site do Iberifier - Iberian Media Research and Fact-checking - <https://iberifier.eu/>

2.1.15. Público na Escola (jornal “Público”)



O programa **Público na Escola**, do jornal “Público” – em parceria com o Ministério da Educação e a Fundação Belmiro de Azevedo – conta com um site do projeto⁵⁵ que dá continuidade, no ano letivo de 2022/2023, a um programa que procura ser um instrumento formativo e de apoio às atividades escolares, tendo em conta a Literacia para os media.

Entre outros, são objetivos de o Público na Escola facultar ferramentas para pesquisar, avaliar, utilizar e criar informação de forma eficaz, em qualquer formato; disponibilizar propostas de atividades para sala de aula/biblioteca escolar; ou ainda divulgar iniciativas em curso nas escolas no domínio da Educação para os Media.

No site é possível verificar a existência de conteúdos, por exemplo, com informação sobre o funcionamento do jornal ou propostas de atividades escolares que remetem para diversos temas – prontas, inclusivamente, a serem impressas num formato mais acessível. A título de exemplo, a proposta de atividade escolar “A voz dos mais novos nos media”, que parte da figura e do discurso público da ativista sueca Greta Thunberg, tem disponível, para qualquer professor, orientações de como introduzir e desenvolver esta temática na sua aula, com sugestões de leitura de texto, objetivos a atingir com os alunos, ou formas de esquematizar grupos e subtemas dentro da turma⁵⁶.

⁵⁵Link para o site do Público na Escola: <https://bit.ly/3boCFB3>

⁵⁶Link para a proposta de atividade escolar “A voz dos mais novos nos media”, do projeto Público na Escola: <https://bit.ly/2UF3Ktj>



Figura 3. Página de Educação para os Media do site do jornal “Público”

Ainda em relação ao jornal “Público”, é relevante destacar a iniciativa **TRUE**, realizada em parceria com a Universidade de Aveiro e a empresa de tecnologias digitais MOG⁵⁷. Esta iniciativa pretende auxiliar os alunos do 7º ao 12º ano de escolaridade a desenvolver jornais escolares em formato digital. O grande objetivo do TRUE é combater a desinformação entre os mais jovens e divulgar as suas produções jornalísticas. A iniciativa TRUE pretende disponibilizar uma ferramenta digital, desenvolvida pelo centro DigiMedia da Universidade de Aveiro, que facilita o processo de produção jornalística através do auxílio na seleção de informação, bem como na correção ortográfica. O “Público” fica responsável por acompanhar a elaboração dos diversos jornais, e criar um repositório em que podem ser encontrados todos os jornais produzidos.

2.1.16. “Visão Júnior” (revista “Visão”)

A “Visão Júnior”⁵⁸ é uma revista mensal de grande informação para crianças e jovens, entre os 7 e os 15 anos, sendo que o seu

⁵⁷Link para a página do projeto TRUE do jornal “Público”: <https://www.publico.pt/publico-na-escola/artigo/projeto-true-2029972>

⁵⁸ Link para o site da “Visão Júnior”: <https://visao.sapo.pt/visaojunior/>

conselho editorial inclui 30 a 40 jovens aos quais é solicitada opinião sobre as várias hipóteses de capa a publicar, bem como sobre as temáticas a abordar na revista. Os membros do conselho editorial são selecionados todos os anos, em setembro, a partir das candidaturas apresentadas. Os membros participam ainda em duas reuniões por ano.

Em 2022 e à semelhança do que já acontecera no ano anterior, a Visão Júnior organizou uma série de webinars para alunos sobre literacia mediática, abertos à participação de crianças e jovens, que tinham oportunidade de colocar as questões que entendessem. Foram temas desses webinars "O que fazem os jornalistas?"⁵⁹, para alunos do 1º Ciclo do Ensino Básico, "Podemos acreditar em que tudo o que vemos, lemos e ouvimos?"⁶⁰, para o 2º e 3º ciclos do Ensino Básico, tendo ainda sido realizado um webinar sob o mesmo título para alunos do Ensino Secundário. A "Visão Júnior" foi ainda parceira da Rádio Miúdos no webinar "Como gravar um podcast?"⁶¹ – dirigido a todas as faixas etárias.

A revista tem ainda uma secção da revista em que são os repórteres são crianças e jovens, sendo que, em 2022, vários grupos de alunos escreveram notícias e reportagens sobre as atividades desenvolvidas nas suas escolas a propósito de uma iniciativa que a "Visão Júnior" organiza há vários anos, no sentido de promover a leitura e a escrita: 'Miúdos a Votos: quais os livros mais fixes?'

2.1.17. "Expressinho" (jornal "Expresso")



O "Expressinho" é um suplemento mensal do semanário "Expresso" produzido pela empresa Estrelas & Ouriços⁶² que inclui textos sobre a

⁵⁹ Link para o webinar "O que fazem os jornalistas?": <https://visao.sapo.pt/visaojunior/miudos-a-votos/2022-03-04-webinar-o-que-fazem-os-jornalistas/>

⁶⁰ Link para o webinar "Podemos acreditar em que tudo o que vemos, lemos e ouvimos?": <https://visao.sapo.pt/visaojunior/miudos-a-votos/2022-03-04-webinar-podemos-acreditar-em-tudo-o-que-lemos-vemos-e-ouvimos/>

⁶¹ Link para o webinar "Como gravar um podcast?" <https://visao.sapo.pt/visaojunior/miudos-a-votos/2022-03-04-video-como-gravar-um-podcast/>

⁶² Link para o site da empresa Estrelas & Ouriços, na secção relativa ao suplemento "Expressinho": <https://estrelaseouricos.sapo.pt/atividade/primeiro-expressinho-do-ano-reflete-sobre-a-origem-do-homem-a-boleia-de-darwin/>

atualidade e desafios para os mais novos. Lançado a 4 de abril de 2020, em plena quarentena e então com periodicidade semanal, o suplemento tem como objetivo estimular o gosto pela leitura e pelo que se passa no mundo, promovendo o desenvolvimento do raciocínio lógico e a criatividade através dos jogos e atividades propostos às crianças e jovens.

Inclui um espaço denominado Correio do Leitor, aberto à opinião e partilha de ideias, bem como para a sugestão de temas que podem ser abordados nas edições seguintes. Cada edição tem um tema principal, normalmente associado a efemérides ou temas atuais (ex: Dia Internacional da Educação, os 140 anos da morte de Charles Darwin ou o humor abordado numa entrevista com César Mourão).

Em 2023, o suplemento dirigido por Madalena Diogo associou-se às comemorações dos 50 anos do jornal “Expresso”, na edição de janeiro, explicando como se faz um jornal, qual é a importância de um jornal, quem é quem na redação, estabelecendo ainda comparações entre as vivências associadas ao jornalismo hoje e há meio século.

2.1.18. Medialab (jornais “Diário de Notícias” e “Jornal de Notícias”)



O **Medialab** é um projeto de Literacia dos Media e da Informação da responsabilidade do Centro Educativo do Jornal de Notícias⁶³ e do Diário de Notícias⁶⁴, que tem como objetivos a análise crítica de informação, o combate à desinformação, além de preparar os participantes para pesquisar informação, comunicar e produzir conteúdos de forma a participarem socialmente através dos media.

Os workshops destinam-se a todos os públicos, sendo que os workshops oferecidos, mediante um pagamento por participante, podem ser desenvolvidos online, nas

⁶³ Link para o projeto no 'Jornal de Notícias': <https://jn.medialabedu.org/>

⁶⁴ Link para o projeto no 'Diário de Notícias': <https://dn.medialabedu.org/>

instalações do Medialab ou noutros espaços, como é o caso de escolas desde a Educação Pré-escolar ao final do Secundário.

Os conteúdos abordados, de caráter prático, incidem na produção de notícias ou em temáticas curriculares, através de um conjunto de diferentes programas. Entre as atividades possíveis contam-se um noticiário radiofónico, um noticiário em vídeo, uma primeira página de jornal, um jornal de quatro páginas ou ainda outras com foco nas redes sociais.

2.1.19. Agência LUSA



Agência de Notícias de Portugal, S. A.

A **Agência LUSA** promove uma série de iniciativas no âmbito da Literacia para os media que envolvem a formação de profissionais e estudantes, a agregação de conteúdos informativos e até a aposta no desenvolvimento de recursos de inteligência artificial, apresentando uma abordagem diversificada e multidimensional no campo da Literacia para os media.

A **Escola LUSA** é uma das principais iniciativas da agência que tem por base a vertente da formação. Segundo o seu site, a Escola Lusa organiza-se em torno de 3 pilares⁶⁵:

- Estágios curriculares para alunos finalistas de estabelecimentos de ensino superior
- Formação interna para os quase 200 jornalistas da própria Agência
- Formação específica, concebida à medida das necessidades, em jornalismo para público externo, nomeadamente para redações dos países de língua portuguesa.

⁶⁵ Link para o site da Escola Lusa: <https://escolalusa.pt/>

Deste modo, a Escola LUSA exibe um leque vasto de ofertas formativas, direcionadas tanto a estudantes como a profissionais da indústria, e até às próprias redações de outras organizações.

A nível interno, a formação da Escola LUSA está tendencialmente relacionada com o jornalismo de agência. No entanto, devido à importância da Literacia para os media no ecossistema social, a LUSA considera que é seu dever publicitar também cursos de entidades externas com um foco estrito neste campo. Deste modo, no site da Escola LUSA podemos encontrar diversos cursos promovidos por organizações nacionais e internacionais relacionados com a Literacia para os media.

Para além da Escola LUSA, é também importante destacar o projeto **ContraFake**, que resulta de uma parceria da Agência LUSA com o Instituto Superior Técnico da Universidade de Lisboa, o CNCS e a empresa de tecnologia In:know. Este projeto pretende desenvolver recursos computacionais e ferramentas tecnológicas, tendo por base a inteligência artificial, para auxiliar a contenção da desinformação e assim proteger todos os elementos da sociedade, incluindo os cidadãos, as instituições e os meios mediáticos.

Associado ao projeto ContraFake encontra-se também o site **Combate às Fake News** desenvolvido pela Agência LUSA⁶⁶. Neste site, são agregados diversos conteúdos informativos relacionados com a temática da desinformação, produzidos por múltiplos atores. Adicionalmente, as ferramentas a desenvolver no âmbito do projeto ContraFake serão implementadas no site Combate às Fake News.

Por fim, é ainda de salientar a participação da LUSA no IBERIFIER, que está a permitir a formação de jornalistas no campo da Literacia para os media, com um foco na desinformação, em todo o espaço lusófono.

⁶⁶ Link para o site Combate às Fake News: <https://combatefakenews.lusa.pt/o-projeto-combate-as-fake-news-contrafake/>

2.1.20. RTP Ensina (Rádio Televisão Portuguesa)



Outro projeto de Literacia para os media faz parte da **RTP Ensina**, plataforma online que, com o apoio da Direção-Geral da Educação e no âmbito de um protocolo entre a RTP e o Ministério da Educação e Ciência, dedica-se à divulgação de conteúdos audiovisuais diretamente ligados a diversas temáticas da área da Educação, sendo direcionado a alunos do 1º, 2º e 3º ciclo do ensino básico e do secundário⁶⁷. Na plataforma encontram-se temáticas como a cidadania, a filosofia, a geografia, a história, e também o tema “Educação para os Media”, com conteúdos dedicados, precisamente, a questões dos media.

Atualmente, a secção de “**Educação para os Media**” contém mais de 100 lições e conteúdos, todos acompanhadas de conteúdo audiovisual. A “Educação para os Media” aborda questões como a desinformação, as redes sociais, a identidade online, o funcionamento dos media, a importância de Literacia para os media, o jornalismo online, a segurança online, as oportunidades na internet, a educação na era digital, entre outras.

⁶⁷ Link para a página do RTP Ensina – Educação para os Media: <https://ensina.rtp.pt/tema/educacao-para-os-media/>

Educação para os Media

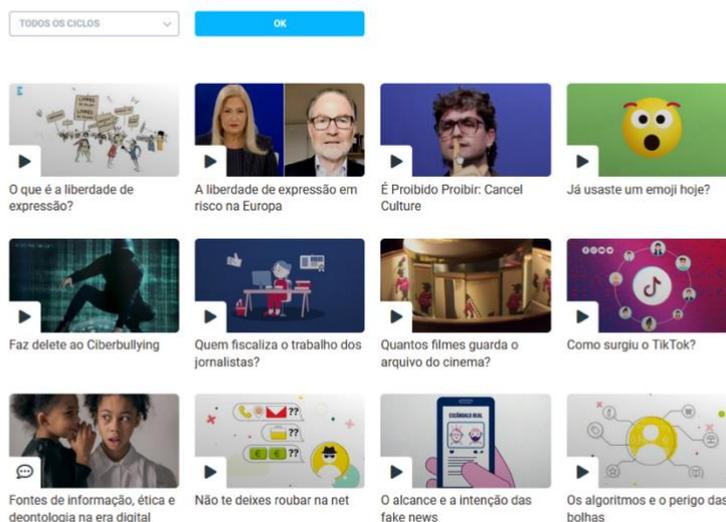


Figura 4. Página de "Educação para os Media" da plataforma RTP Ensinar

2.1.21. Rádio ZigZag (RTP - Rádio Televisão Portuguesa)



A Rádio ZigZag é uma rádio online direcionada especificamente a crianças na faixa etária dos 6 aos 9 anos. Esta rádio pertence ao grupo RTP e foi lançada em 2016

com o objetivo de aproximar as crianças do mundo da rádio promovendo temáticas relevantes para o seu desenvolvimento pessoal. Esta rádio apresenta uma dinâmica pedagógica muito interessante articulando diversos conteúdos relevantes no âmbito do ensino básico. A Rádio ZigZag contém uma emissão contínua 24 horas por dia, sendo de destacar que os diversos conteúdos emitidos podem ser escutados posteriormente através do site da RTP Play na secção ZigZag Play.

Esta rádio do grupo RTP apresenta uma seleção de programas extremamente vasta que interliga o entretenimento com a educação. Deste modo, podemos encontrar diversos programas que para além da sua vertente lúdica também trazem até às crianças ensinamentos sobre diferentes temáticas educativas incluindo a Literacia para os Media. Em relação a esta temática é de salientar o programa "WWQuê???"

que apresenta às crianças vários fundamentos sobre o atual ambiente tecnológico e mediático. Por exemplo, o episódio mais recente deste programa, emitido no dia 12 de abril, aborda o ChatGPT efetuando uma breve apresentação sobre o que é realmente esta ferramenta, o seu modo de funcionamento e algumas das suas principais utilidades e limitações.

Adicionalmente, é importante ainda de mencionar o podcast ZigZaga na Net emitido pela Rádio ZigZag em parceria com o Centro Internet Segura e o Centro SeguraNet. Este programa deu aso a dois livros distintos, “ZigZaga na Net” e “ZigZaga na Net – Novas Aventuras” da autoria de Fátima Effé. O primeiro destes livros já integra o Plano Nacional de Leitura e inclui diversas histórias contadas no âmbito do programa da Rádio ZigZag.

2.1.22. Rádio Miúdos



A **Rádio Miúdos** é uma estação de rádio online direcionada e produzida com a colaboração de crianças e que transmite emissões 24 horas por dia e 7 dias por semana.⁶⁸ A Rádio Miúdos tem como objetivos a promoção de um meio de comunicação adaptado especificamente para crianças, o desenvolvimento de iniciativas relacionadas com este meio e a dinamização de atividades interligadas com a Literacia para os media.

A própria Rádio Miúdos dinamiza ainda a iniciativa “**Rádio na escola**”, que envolve a constituição de estações de rádios escolares em diversos estabelecimentos de ensino em Portugal⁶⁹. Estas rádios devem ser operadas principalmente por alunos, que assim podem desenvolver competências interpessoais e técnicas. Como expresso no site da Rádio Miúdos, “de forma dinâmica e divertida, os miúdos trabalham igualmente competências interpessoais (*soft-skills*) como a Comunicação, o Trabalho de Equipa, o Pensamento Crítico, a Criatividade e a Resolução de

⁶⁸ Link para o site da rádio miúdos: <https://www.radiomiudos.pt/>

⁶⁹ Link para página da iniciativa “Rádio na Escola”:
<https://www.radiomiudos.pt/index.php?id=1137&cont=66&page=1>

Problemas, a par das competências da informação, digitais e dos media, através da instalação e dinamização de uma rádio escola”.

Embora a Rádio Miúdos e a iniciativa “Rádio na Escola” não possuam a base teórica de Literacia para os media encontrada noutros projetos, é notável que existe um interesse em promover a convivência com este meio de comunicação, e expandir o conhecimento dos alunos em relação ao funcionamento de uma estação de rádio. Deste modo, através de uma metodologia de cariz mais prático, as crianças exploram o *modus operandi* deste meio de comunicação, as suas limitações e diversas possibilidades. Esta abordagem dinamiza o meio da rádio entre os mais jovens, expandido a sua compreensão sobre o meio, bem como a indústria dos media em geral.

2.2. Exemplos de projetos

2.2.1. IBERIFIER – Iberian Digital Media and Fact-checking Hub



IBERIFIER
Iberian Media Research
& Fact-Checking

O **IBERIFIER – Iberian Digital Media and Fact-checking Hub**⁷⁰ é um dos 14 observatórios regionais do Observatório

Europeu dos Media Digitais (EDMO)⁷¹, que tem como principal foco a deteção, monitorização e combate à desinformação. Financiado pela Comissão Europeia, é liderado pela Universidade de Navarra, em Espanha, e pelo ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa, em Portugal.

Uma das cinco áreas de atuação do Observatório é a da Literacia para os media, no âmbito da qual e desde o início do projeto, em setembro de 2021, foram criados manuais para aprendentes (ex: docentes, jornalistas e outros públicos) e formadores,

⁷⁰ Link para o site do projeto Iberifier: <https://iberifier.eu/>

⁷¹ Link para o European Digital Media Observatory: <https://edmo.eu/>

usados como recursos em cursos desenhados e validados em Portugal e em Espanha.

O IBERIFIER criou ainda um **mapa ibérico dos media digitais**⁷², que permite pesquisar, por região ou outra qualquer característica, os media existentes, de forma a obter um conjunto pormenorizado de características de cada um dos media identificados. Entre outros resultados, foi publicado um **relatório sobre o impacto da desinformação em Portugal e Espanha**⁷³, o qual revela, por exemplo, que oito em cada 10 meios de comunicação em Portugal já difundiram desinformação a que tiveram acesso através das redes sociais. Porém, as redações não alteraram os seus métodos de verificação tradicionais.

O estudo revelou ainda que as redes sociais são a principal fonte de informação (87%) dos portugueses inquiridos, sendo que 37% referem encontrar desinformação várias vezes por dia. Em termos globais, 97% afirmam ter detetado desinformação no mês anterior à data do inquérito.

2.2.2. YouNDigital – Youth, News and Digital Citizenship



O **YouNDigital – Youth, News and Digital Citizenship** é um projeto desenvolvido pelo Centro de Investigação em Comunicação

Aplicada, Cultura e Novas Tecnologias (CICANT) da Universidade Lusófona e financiado pela FCT⁷⁴. Este projeto tem o objetivo de compreender a ligação entre os jovens, as notícias e a cidadania digital. Deste modo, o YouNDigital aborda os interesses e necessidades mediáticas dos jovens, bem como os processos de socialização presentes no seu consumo de notícias.

Este projeto pretende ser largamente inclusivo, ao integrar jovens que se encontram em contextos e situações de vida diversificadas. Adicionalmente, um dos principais

⁷² Link para o Mapa Ibérico dos Media Digitais: <https://map.iberifier.eu/>

⁷³ Link para o relatório: <https://iberifier.eu/2023/02/15/iberifier-reports-the-impact-of-disinformation-on-the-media-industry-in-spain-and-portugal/>

⁷⁴ Link para o site do projeto YouNDigital: <https://youndigital.com/>

interesses do projeto é a análise da relação do género dos indivíduos com as notícias, algo indicado como essencial na agenda 2030. De modo geral, o projeto YouNDigital segue 3 fases ou eixos estruturantes: (1) conhecimento e identificação de tendências e lacunas na literatura académica; (2) trabalho de campo, com o intuito de abordar o modo como os jovens consomem e produzem conteúdo no meio digital; e (3) elaboração da redação digital em diversas línguas e a promoção de dois cursos direcionados a jovens, educadores, jornalistas e decisores em diversos setores da sociedade.

O YouNDigital visa “a promoção de transferência de conhecimento científico através de uma perspetiva de educação sustentável e do impacto societal na comunidade nacional e internacional”, além de colmatar lacunas em termos de estudos sobre notícias e jovens focados no aspeto informativo em vez do entretenimento, além de envolverem jovens em contextos diferenciados e a sua participação nas notícias.

O projeto YouNDigital está a criar a **Redação Digital YouNDigital**, uma iniciativa colaborativa que tenciona incentivar a participação dos jovens, tanto dentro como fora de Portugal, estando preferivelmente disponível em diversas línguas. Nesta redação os jovens terão a oportunidade de elaborar conteúdo mediático sobre temas interligados à Agenda 2030, como por exemplo a educação, o género, as notícias falsas, entre outros. A Redação Digital YouNDigital tem o propósito de envolver ainda mais os jovens nesta dinâmica, incentivando o seu sentido crítico e expressão autónoma, com o intuito de que estes reconheçam as oportunidades encontradas no meio digital. A equipa do YouNDigital pretende desenvolver uma aplicação digital para implementar a redação e divulgar o projeto.

2.2.3. Competências de Literacia Digital e Mediática em Portugal (COMEDIG)



comedig competências de literacia digital e mediática em Portugal

IP7DC/CEI-EDG/32580/2019

O projeto **Competências de Literacia Digital e Mediática em Portugal** (COMEDIG) tem o objetivo de realizar um diagnóstico

das competências de literacia digital e mediática de alunos e professores em diversos

níveis escolares, e seguidamente elaborar recursos educativos, ações de formação e orientações, com o intuito de aperfeiçoar e fortalecer a área da Educação para os Media⁷⁵.

Este projeto surge do aumento da conscientização em torno da importância das competências digitais e mediáticas na resolução de desafios de cariz social e económico. Tal como enunciado no seu site, “o projeto COMEDIG nasce numa época marcada por profundas transformações sociais e económicas, em que a participação ativa dos cidadãos no diálogo social tem um impacto crescente nas políticas nacionais e internacionais, requerendo desses mesmos cidadãos a tomada de decisões informadas”.

Através do projeto COMEDIG é esperada a capacitação de jovens para o uso crítico e seguro de media, uma redefinição de objetivos e metodologias educacionais, a formação de consumidores críticos e informados, a formação de cidadãos ativos e o aumento da participação cívica no diálogo social. Para cumprir estes propósitos o projeto está organizado em 3 fases distintas: (1) definir as competências de literacia digital e mediática necessárias em diferentes níveis de escolaridade; (2) avaliar as competências da comunidade escolar e perceber quais as necessidades de formação; e (3) elaborar recursos educativos e oferecer orientações para a formação com o intuito de resolver as necessidades identificadas.

O projeto COMEDIG é direcionado a diversos elementos da comunidade escolar e civil, desde alunos do ensino básico, secundário e superior, a professores, investigadores, dirigentes de ensino e formação, técnicos de juventude, formadores de adultos, parceiros sociais e organizações da sociedade civil. Este projeto é composto principalmente por investigadores da Universidade de Coimbra e da Universidade do Minho.

⁷⁵ Link para a página do projeto COMEDIG: <https://www.uc.pt/fpce/comedig/Homepage/>

2.2.4. Media Trust Lab - Local Media Lab for Civic Trust and Literacy

**media
trust.
lab**

O **Media Trust Lab - Local Media Lab for Civic Trust and Literacy**⁷⁶ é um projeto implementado pelo LABCOM Comunicação e Artes, pela Universidade da Beira Interior e pela Universidade de Coimbra, que tem como objetivos estudar o fenómeno da desinformação em contextos de proximidade, identificar e analisar estratégias e práticas de verificação de factos por parte de jornalistas de órgãos de comunicação regionais e locais, além de explorar como as audiências locais compreendem e reagem à desinformação.

Na sequência dos resultados obtidos irá implementar um programa de Literacia para os media "centrado em novas dinâmicas de participação cívica e práticas de verificação de informação jornalística, com o objetivo de formar audiências e jornalistas para reconhecerem e agirem em contextos de desinformação". Irá ainda desenvolver ferramentas e aplicações que apoiem o processo de verificação de factos.

Entre várias publicações científicas, o Media Trust Lab publicou, em dezembro de 2022, o documento "**Desertos de Notícias Europa 2022: Relatório de Portugal**", que resulta de um estudo coordenado por Pedro Jerónimo e realizado em coautoria com Giovanni Ramos e Luísa Torre. Os resultados mostram que mais de metade (53,9%) dos 308 concelhos portugueses estão na situação de deserto total de notícias, por não terem qualquer meio de comunicação que produza notícias (17,5%), ou em situação frágil, seja porque não têm qualquer órgão de notícias com sede no concelho (25,3%) ou porque têm apenas noticiário menos frequente (7,8%). Existem ainda 88 concelhos (28,6%) que têm apenas um meio de comunicação que produz notícias com regularidade.

⁷⁶ Link para o site Media Trust Lab: <https://mediatrust.ubi.pt/>

2.2.5. bYou – Estudo das vivências e expressões de crianças e jovens sobre os media



O projeto **bYou – Estudo das vivências e expressões de crianças e jovens sobre os media**⁷⁷, financiado pela FCT, é desenvolvido pelo CECS e pelo MILOBS.

Direcionado a crianças e jovens dos 11 aos 18 anos, tem como principal objetivo abordar as experiências e vivências dos jovens em relação a media, enfatizando a expressão autónoma das suas perspetivas e perceções.

Pretende abordar múltiplas vertentes da relação dos jovens com os media, como por exemplo, o que gostam e não gostam no ambiente mediático, as questões que lhes trazem preocupação, os assuntos que os fazem se manifestar, bem como os formatos em que preferem consumir conteúdo mediático. Dá a vez e a voz a mais de 1400 crianças, suscitando a sua criatividade, promovendo a reflexão crítica sobre media e encorajando práticas relacionadas com a Literacia para os media. Decorre até março de 2024 e conta com o apoio de diversas organizações nacionais, como o Plano Nacional de Leitura, a Rede de Bibliotecas Escolares e a RTP, bem como diversos agrupamentos de escolas de norte a sul.

2.2.6. On & Off - Atmospheres of Disconnection



C I C A N T

On & Off - Atmospheres of Disconnection⁷⁸ é um projeto exploratório, iniciado em janeiro de 2023, financiado pela FCT e desenvolvido pelo

CICCANT, da Universidade Lusófona. Ao contrário do que tem sido comum na

⁷⁷ Link para o site do projeto “bYou”: <https://www.byou.ics.uminho.pt/>

⁷⁸ Link para o site do CICCANT com informação sobre o On& Off: <https://cicant.ulusofona.pt/research/projects/668-on-off-atmospheres-of-dis-connection>

investigação na área, que se tem centrado nas práticas online, este projeto explora a(s) forma(s) como as pessoas se desligam dos media digitais.

Explora, assim, o campo da desconexão digital, por explorar em Portugal, ao contrário do que sucede, por exemplo, no norte da Europa. Para o fazer, a equipa de investigação opta por uma abordagem metodológica etnográfica, pois visa compreender, em profundidade e do ponto de vista sensorial e afetivo, a complexidade de situações associadas a experiência e ambientes quotidianos, luto, parentalidade e ativismo.

2.2.7. Media Smart



Iniciado em Portugal em 2008, o **Media Smart**⁷⁹ é um programa sem fins lucrativos de literacia da publicidade nos media e nos meios de comunicação social, destinado a crianças entre os 7 e os 14 anos de idade, com o objetivo de fornecer às crianças ferramentas que as ajudem a compreender e interpretar a publicidade, preparando-as para fazerem escolhas informadas.

Este projeto desenvolve e fornece gratuitamente materiais pedagógicos a escolas, organizações infantis, professores e educadores, onde se procura ensinar as crianças a pensar de forma crítica sobre a publicidade no contexto das suas vidas diárias. O programa tem a intenção de desenvolver o sentido crítico das crianças, logo desde muito novas, tornando-as capazes de compreender as mensagens publicitárias que lhe são dirigidas. Acima de tudo, e como é referido no seu site, o programa Media Smart, contribuindo com formação para professores, é um método de ensino que os educadores (professores e pais) podem adequar de acordo com a sua vontade pessoal.

⁷⁹ Link para o site Media Smart: <https://www.mediasmart.com.pt/>

2.2.8. Academia de Cidadania Digital



Academia de Cidadania Digital é um projeto de intervenção comunitária focado na Literacia para os media e na intervenção social através dos media, que tem como agentes da mudança crianças, professores, pessoal não docente e pais dos jardins de infância e das escolas do 1º

Ciclo Artur Alves Cardoso, Fontes de Caneças e Vieira Caldas, do Agrupamento de Escolas de Caneças, Odivelas, Lisboa,

Criado em 2014, começou a ser implementado em 2015, sob a denominação **“Educação para a Cidadania Digital e Participação Democrática”**, então financiado pela FCT. Entre novembro de 2019 e janeiro de 2022 foi financiado pela Fundação Calouste Gulbenkian, sendo implementado pela Cooperativa de Ensino Universitário CRL, entidade instituidora da Universidade Autónoma de Lisboa.

Em oito anos, este projeto longitudinal, que inclui formação acreditada de docentes, tem como resultados mais visíveis um jornal escolar (‘O Cusco’), impresso e online⁸⁰, um canal YouTube⁸¹, um manual de práticas⁸² e um livro de interpretação de resultados⁸³. Menos visíveis, mas igualmente importantes, são o modelo de intervenção implementado, baseado em STEAM e Literacia dos Media, os resultados das formações de professores e as parcerias estabelecidas na comunidade.

⁸⁰ Link para o jornal escolar, que inclui informação sobre o projeto Academia de Cidadania Digital: <https://cuscojornal.wixsite.com/cusco>

⁸¹ Link para o canal YouTube Academia de Cidadania Digital: <https://www.youtube.com/@ocusco-jornalescolar7283>

⁸² Link para o livro “Fazer o Mundo Inteiro – actividades de STAEM e Literacia dos Media do Pré-escolar ao 2º Ciclo”: <https://cidadania.dge.mec.pt/sites/default/files/pdfs/fazer-o-mundo-inteiro.pdf>

⁸³ Link para o livro “Empowering Communities with Media Literacy - The Critical Role of Young Children”: <https://www.peterlang.com/document/1253799>

2.2.9. Onlife.com@BEMM_Media e Informação



O projeto **Onlife.com@BEMM_Media e Informação**, atualmente em vigor, e que ocorre bianualmente, foi iniciado em 2021⁸⁴ pelas Bibliotecas Escolares Marquês de Marialva, através da iniciativa “Ideias com Mérito”, promovida pela Rede de Bibliotecas Escolares. Insere-se na temática da cidadania digital ativa e responsável, e pretende promover a literacia da informação e mediática ao abordar questões essenciais na educação deste tema.

Envolve campanhas de sensibilização, a implementação de um programa pedagógico, a criação de conteúdos multimodais (direcionados aos alunos e à sua família) e uma componente de avaliação. Tem três objetivos principais: (1) desenvolver um olhar crítico perante as mensagens mediáticas e a informação; (2) promover, de forma competente, crítica, responsável, criativa e ética, o uso da informação nas áreas das Literacias da Informação e Mediática; e (3) fomentar a criação de produtos resultantes da aplicação dos guiões e dos temas abordados.

O projeto é direcionado a alunos do 4º, 5º e 7º ano, e envolve os professores, a família dos alunos e outras pessoas. Na primeira edição do projeto (ano letivo 2021/2022) foi reportado que os “alunos participaram e envolveram-se, cognitivamente e emocionalmente, de forma bastante ativa e positiva”.

⁸⁴ Link para o site da RBE onde se pode saber mais sobre o projeto “Onlife.com@BFMM Media e Informação”: <https://www.rbe.mec.pt/np4/onlife-com@BEMM.html>

2.2.10. WEIWE(R)BE



O **WEIWE(R)BE** é um projeto da RBE em parceria com a Universidade Aberta⁸⁵. Atualmente no seu 4º ano, o projeto pretende desenvolver as competências de literacia de informação de alunos

do 10º ano, integrando-as nas suas práticas curriculares. Associado ao projeto, existe um curso de formação com a duração de 15 horas que pretende discutir e apresentar estratégias de aquisição de competências consideradas essenciais no “Perfil dos Alunos à Saída da Escolaridade Obrigatória” e no referencial “Aprender com a Biblioteca Escolar”. O projeto WEIWE(R)BE é desenvolvido nas seguintes escolas: EBS Martinho Árias (Soure), EBS Santos Simões (Guimarães), ES Adolfo Portela (Águeda), ES de Camarate (Loures), ES D. João II (Setúbal), ES Dr. Francisco Fernandes Lopes (Olhão) e ES Dr. Serafim Leite (São João da Madeira).

Como enunciado no site da RBE, o projeto WEIWE(R)BE apresenta dois objetivos principais: (1) desenvolver, de forma articulada e sistemática, as competências de literacia da informação; e (2) fomentar o trabalho colaborativo entre a biblioteca escolar e as áreas curriculares, no âmbito das aprendizagens essenciais, na produção de trabalhos a partir de recursos educativos abertos.

⁸⁵ Link para mais informações sobre o projeto WEIWE(R)BE: <https://www.rbe.mec.pt/np4/WEIWERBE.html>

2.3. Recursos

2.3.1. Plano de Intervenção Cidadãos Competentes em Leitura e Escrita (PICCLE)



A plataforma **Plano de Intervenção Cidadãos Competentes em Leitura e Escrita (PICCLE)**⁸⁶ é o principal resultado de um projeto financiado pelo Programa Operacional Capital Humano e desenvolvido pelo desenvolvido pelo Plano Nacional de Leitura e pela Direção-Geral de Educação. Esta plataforma apresenta-se em sintonia e concordância com o “perfil do aluno à saída da escolaridade obrigatória” elaborado pela DGE.

Tal como enunciado no seu site, “o PICCLE é uma plataforma de criação, agregação e curadoria de conteúdos dirigida ao desenvolvimento das competências de leitura, escrita, informação, media e digitais dos jovens do 3.º ciclo do ensino básico e do ensino secundário.” Deste modo, o PICCLE distingue-se de outros projetos e iniciativas de literacia ao incorporar a Literacia para os media e digital como aspetos essenciais na alfabetização dos cidadãos.

Na plataforma PICCLE podemos encontrar propostas de atividades, recursos de educação, modelos teóricos e estudos e projetos de intervenção, selecionados especificamente por especialistas em diversas áreas incluído os media, a informação e o digital. Adicionalmente, a plataforma apresenta um glossário que inclui diversos termos e conceitos mencionados regularmente em artigos científicos.

A plataforma PICCLE inclui ainda a “**Comunidade PICCLE**”, um espaço dedicado ao debate e à partilha de conhecimento em diversas temáticas relacionadas com a literacia. Esta comunidade apresenta duas áreas principais: os “tópicos” e os “temas em debate”. Em síntese, os “tópicos” são áreas de partilha de conteúdo, ideias e conhecimento em que qualquer utilizador pode iniciar uma conversa, enquanto os “temas em debate” são salas que apenas podem ser criadas por administradores

⁸⁶ Link para o site da plataforma PICCLE: <https://piccle.pnl2027.gov.pt/>

PICCLE, direcionadas para a discussão de ideias. Ambas estas áreas têm o intuito de promover a interação entre utilizadores embora de diferentes maneiras e em diferentes registos.



Figura 5. Recursos disponíveis na plataforma PICCLE

2.3.2. Literacia e Educação para os Media em Linha (LEMEL)



A plataforma **Literacia e Educação para os Media Em Linha (LEMEL)** é um agregador de recursos e de conteúdo educativo que pode ser utilizado em múltiplas atividades didáticas em contextos formais, não-formais e informais⁸⁷. É direcionada principalmente a docentes de Educação Pré-escolar, Ensino Básico e Ensino Secundário. No entanto, tal como é referido no site, “é ainda suscetível de ser usado por outros educadores e aprendentes, de diversos níveis etários e de escolaridade, uma vez que tem uma lógica descritiva e não prescritiva, ou seja, o uso dos recursos referenciados na plataforma, depende dos contextos e dos objetivos das atividades a desenvolver”.

O seu objetivo principal consiste em facilitar e simplificar a pesquisa de conteúdo e recursos em Literacia e Educação para os Media. Esta pesquisa pode ser efetuada

⁸⁷ Link para o site da plataforma LEMEL: <https://www.leme.gov.pt/>

em geral ou recorrendo a filtros de seleção que permitem a identificação mais especializada de conteúdos. Através dos filtros de seleção podemos encontrar diversos tipos de recursos (e.g., conteúdo audiovisual, jogos, atividades, apresentações, páginas web), direcionadas a diferentes níveis de escolaridade, em múltiplas áreas de conhecimento educativo e em língua portuguesa ou línguas estrangeiras como o inglês, espanhol, francês, entre outras. Esta plataforma, promovida pela Secretaria de Estado do Cinema, Audiovisual e Media e pela Secretaria de Estado da Educação, resulta de um grupo de trabalho que envolveu organizações como a Agência LUSA, CECS, CENJOR, DGE, ERC, GILM, OBERCOM, MILObs, RBE e o Sindicato de Jornalistas.

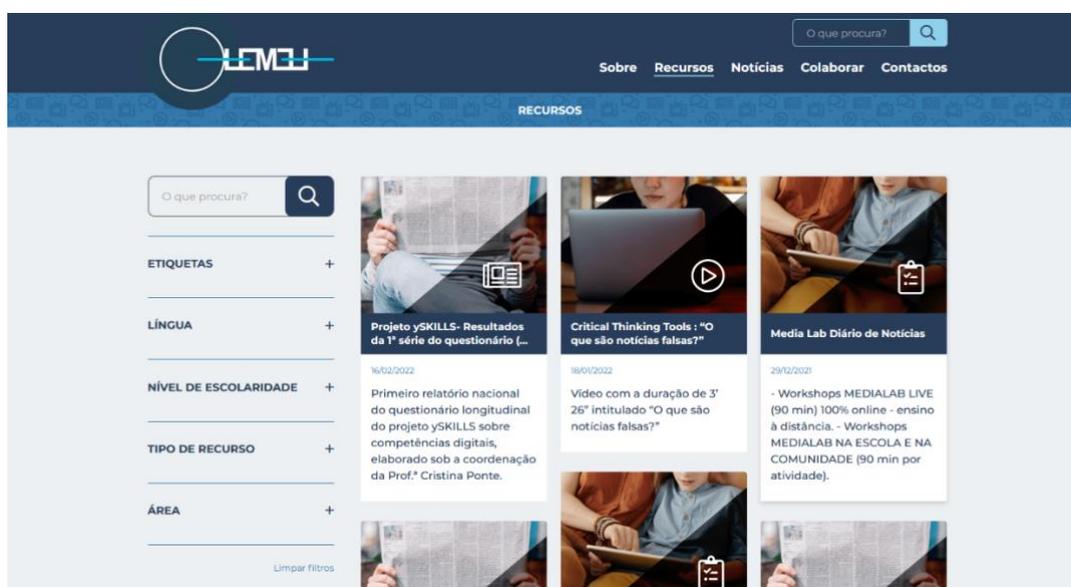


Figura 6. Área de recursos da plataforma LEMEL

2.3.3. Plataforma Crianças e Adolescentes Online (CriA.On)



A **Plataforma Crianças e Adolescentes Online (CriA.On)** é uma iniciativa da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa (NOVA

FCSH) que tem o intuito de apresentar recursos informativos e promover a discussão sobre a educação e segurança dos jovens no meio online⁸⁸. Esta plataforma é direcionada às famílias dos jovens, a profissionais de educação e saúde, juristas, e todos aqueles que acompanham os jovens e as suas famílias nas suas áreas de atuação. Este projeto segue as orientações da Comissão Europeia para uma Melhor Internet para as Crianças aprovadas em maio de 2022.

Está organizada em três secções: Jornal, Recursos e Eventos. Na secção Jornal são apresentados vídeos, podcasts, textos, estudos, projetos e outros conteúdos relacionados com a presença e bem-estar dos jovens no meio online. Na secção Recursos encontram-se propostas de atividades que podem ser realizadas com os jovens, bem como materiais de formação e ferramentas externas à CriA.On, que incluem outras plataformas e documentos considerados relevantes. Por fim, na secção Eventos é disponibilizada uma agenda de diversos eventos futuros relacionados com a discussão de temáticas que incidem sobre a vivência no meio online.

⁸⁸ Link para a plataforma CriA.On: <https://criaon.fcsh.unl.pt/>

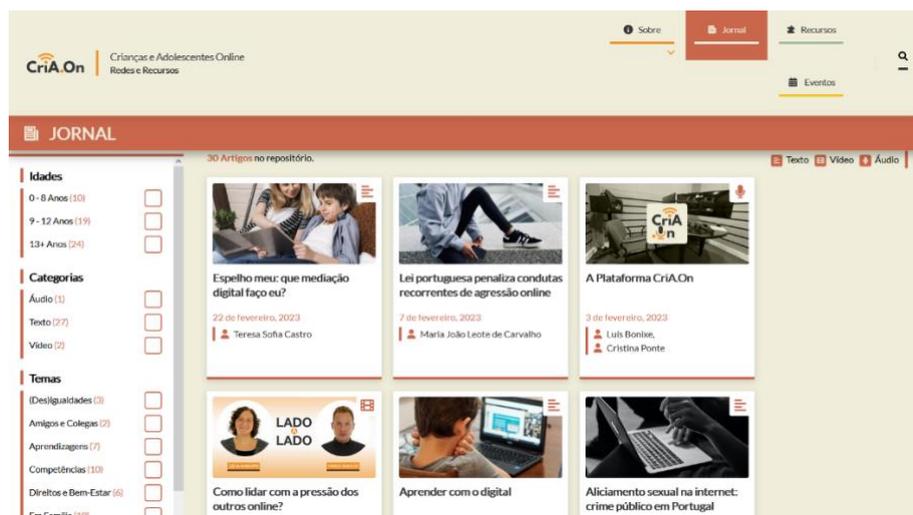


Figura 7. Área da secção Jornal da plataforma CriA.On

A CriA.On disponibiliza conteúdos que contribuem para assegurar o bem-estar dos jovens no meio online. Como descrito no seu site, “orienta-nos o direito de crianças e adolescentes a navegarem em segurança no ambiente digital e a aproveitarem as oportunidades que este oferece. Para isso, são necessárias competências, suas e de quem delas cuida, e contextos – tecnológicos, políticos, sociais, culturais – que favoreçam a realização dessas competências.”

3. Abordagens supranacionais de Literacia para os media

3. Abordagens supranacionais de Literacia para os media

3.1. Media and Information Literacy (UNESCO)



Media and Information Literacy (MIL) é a abordagem da UNESCO no currículo “Think critically, click wisely” (UNESCO, 2021), a segunda edição do “Media and information literacy curriculum for teachers”, publicado inicialmente em 2011⁸⁹ e descrito como uma abordagem holística à literacia, com o objetivo da transmissão de capacidades consideradas essenciais para vida e para o trabalho no decorrer do século XXI.

Tal como expresso pela UNESCO, “este currículo examina as competências necessárias hoje para interagir com conteúdo trazido até nos por inúmeras tecnologias e provedores” (UNESCO, 2021, p.3., tradução própria).

Adicionalmente, este currículo articula o conceito de Literacia dos Media e Informação a fenómenos contemporâneos como a inteligência artificial, a educação para cidadania digital, a educação para o desenvolvimento sustentável e a crescente desinformação encontrada na sociedade a nível mediático.

O “Think critically, click wisely” distingue-se da primeira versão por ser direcionado a educadores e alunos, em contextos de aprendizagem formal, não-informal e informal. A tabela seguinte ajuda a compreender os elementos-chave do projeto, divididos em Literacia da Informação, Literacia para os media, e Literacia Digital.

⁸⁹ Página na biblioteca digital da UNESCO, na qual o livro “*Think critically, click wisely*” poderá ser acedido: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000377068>

Tabela 3 – Elementos-chave do MIL

Literacia de Informação						
Definição e articulação de necessidades informacionais	Localização e acesso à informação	Acesso à informação	Organização da informação	Uso ético da informação	Comunicação da informação	Uso das habilidades de TICs no processamento da informação

Literacia para os media				
Compreensão do papel e das funções dos media em sociedades democráticas	Compreensão das condições sobre as quais os media podem cumprir as suas funções	Avaliação crítica do conteúdo mediático à luz das funções dos media	Compromisso com os media para a autoexpressão e participação democrática	Revisão das habilidades (incluindo as TICs) necessárias para a produção de conteúdos pelos utilizadores

Literacia Digital						
Uso de ferramentas digitais	Compreender a identidade digital	Reconhecer direitos digitais	Avaliar questões de I.A.	Melhorar a comunicação digital	Gerir a saúde digital	Exercer a segurança digital

Fonte: "Media and information literate citizens: think critically, click wisely!", 2021, p. 9. Edição: OberCom, 2023.

O currículo da UNESCO é concetualizado como uma ferramenta flexível que pode ser utilizada em diversos contextos, sendo que pode ser adaptado ao paradigma de comunicação, informação e media encontrado em países distintos. Esta flexibilidade e adaptabilidade também é notável no facto do currículo ser relevante no que concerne à educação sobre meios tradicionais, bem como aos novos meios digitais. Deste modo, encontramos no currículo da UNESCO uma ferramenta com uma larga

aplicabilidade que pode ser empregue no tratamento de questões relacionadas com diversos meios de comunicação e de distribuição de informação.

Através deste currículo é suposto que os utilizadores alcancem 19 resultados de aprendizagem e seis valores sociais relacionados com a compreensão das atuais dinâmicas de informação, media e tecnologias de informação e comunicação. Para alcançar estes resultados, o currículo encontra-se agregado em 14 módulos, seguidamente apresentados⁹⁰:

1. Módulo Fundacional: Uma introdução à Literacia dos Media e Informação e Outros Conceitos-Chave
2. Compreender a Informação e Tecnologia
3. Pesquisa, Ciclo de Informação, Processamento Digital de Informação, Propriedade Intelectual
4. Competências de Literacia dos Media e Informação para Combater a Informação Errónea, a Desinformação e o Discurso de Ódio: Em defesa da Procura da verdade e da Paz
5. Os Cidadãos como Audiência
6. Representação na Informação e nos Media: Destacando a Igualdade de Género
7. Como os Media e Tecnologia Influenciam o Conteúdo
8. A Privacidade, a Proteção de Dados e Tu
9. Oportunidades e Desafios da Internet
10. A Literacia dos Media e Informação e a Publicidade
11. A Inteligência Artificial, as Redes Sociais e as Competências MIL
12. Media Digital, Jogos e Media Tradicional
13. Media, Tecnologia e o Desenvolvimento Sustentável: O Contexto MIL
14. Informação e Comunicação, MIL e aprendizagem: Um Módulo de conclusão

⁹⁰ UNESCO 2021, pp.vii -xv., tradução própria

Os módulos destacados no currículo seguem uma estrutura comum de apresentação de conteúdos. Primeiro, é elaborado um “background” sobre o módulo em questão, sendo abordada a sua relevância e os aspetos a serem tratados. Seguidamente, cada módulo é segmentado em diversas unidades. Para cada unidade são apresentados os pontos principais a abordar, os objetivos de aprendizagem, as atividades pedagógicas que podem ser realizadas, e possíveis recomendações e avaliações. No fim de cada módulo são ainda considerados alguns pontos para uma futura análise, bem como os recursos e referências utilizados no decorrer do módulo.

A título de exemplo, podemos abordar com mais detalhe o módulo 9: “Oportunidades e Desafios da Internet”. O *background* deste módulo começa por referir a importância da participação e do acesso ao mundo virtual por cidadãos de todas as idades. Seguidamente, são abordados algumas das oportunidades, bem como os riscos e desafios do mundo virtual. Também é referido que apesar das diversas medidas de proteção de utilizadores adotadas ao longo do tempo, que é essencial os utilizadores possuírem literacia em media e informação para navegarem o meio online de modo seguro e produtivo. Por fim, é explicitada a importância deste módulo no atual ambiente mediático, em que os cidadãos começam a recorrer ao meio digital cada vez mais cedo.

Após este *background*, é apresentada a primeira unidade do módulo: “Jovens no Mundo Virtual”. Esta unidade tem uma duração de aproximadamente 3 horas e contém os seguintes pontos principais⁹¹: web 2.0 e o mundo virtual; uso da internet e hábitos de crianças e jovens; e convenções internacionais e outros instrumentos relacionados com os direitos das crianças.

Adicionalmente, esta unidade apresenta os seguintes objetivos de aprendizagem⁹²: compreender os padrões, interesses e uso da internet por parte dos jovens; descrever, de modo geral, termos e condições, códigos de conduta e questões de privacidade com respeito ao uso e vigilância da internet por empresas de comunicação digital; desenvolver a habilidade de usar métodos educativos e ferramentas básicas

⁹¹ UNESCO, 2021, p.252., tradução própria

⁹² *Ibidem*

para auxiliar os jovens a utilizarem a internet e a exercerem os seus direitos, e para conscientizá-los das oportunidades, desafios e riscos da internet.

Em termos de atividades pedagógicas, são destacadas uma série de apresentações, discussões e trabalhos em grupo que podem ser realizados para desenvolver a temática dos jovens no mundo virtual. Por fim, esta unidade conclui com possíveis atividades de avaliação, como por exemplo, exames escritos, relatórios, atividades em grupo, artigos de pesquisa, entre outros. As restantes unidades do módulo seguem esta mesma estrutura.

O módulo 9 termina com a disponibilização das referências bibliográficas utilizadas, bem como de diversos sites de organizações, como por exemplo, o Center for Media Literacy ou o Media Smarts, que podem ser úteis para expandir o conhecimento sobre o módulo. Em conclusão, é importante de referir que todo o esforço para a conceção deste projeto incluiu especialistas em media e informação e educadores de professores de diversas áreas, como jornalismo, biblioteconomia ou estudos da informação.

3.2. Digital Citizenship Education (DCE)



O Conselho da Europa criou um projeto designado **Digital Citizenship Education (DCE)**, em 2016, com o objetivo de criar um modelo para preparar cidadãos, através da educação ou da aquisição de competências para aprender e participar ativamente na sociedade digital. Como é possível verificar através do seu site⁹³, pretende-se promover a partilha de boas práticas dos Estados-membros da UE em programas interativos e eficazes para a aquisição de competência de cidadania digital para estudantes e também para professores.

⁹³ Link para o site do DCE: <https://www.coe.int/en/web/digital-citizenship-education/digital-citizenship-education-project>

Segundo os responsáveis do projeto DCE, em geral, seria positivo que os educadores/professores – que desempenham um papel muito importante no aprimoramento das habilidades e competências dos alunos para interpretar e criar media digital – também fossem guiados por esboços do nível de desempenho, o que facilitaria a sua tarefa. É defendido que, no que respeita a este grupo-alvo, a ênfase deverá ser colocada nos cenários de aula conduzidos pelos professores, e que a publicação de materiais educacionais ou de ensino narrativo baseado apenas em livros didáticos não se revela mais suficiente.

Deverão, assim, ser incorporados novos métodos de ensino que atendam às necessidades dos alunos, e deverão ser criados cenários de aula personalizados que possam capturar o interesse das crianças e aumentar o seu envolvimento, além de fornecer contexto e competências para ajudar a preparar os jovens para usar o que aprenderam em situações futuras⁹⁴.

O projeto DGE tem por base o modelo das Competências da Cultura Democrática (CDC), também formulado pelo Conselho da Europa. Este modelo engloba 20 competências essenciais para a cidadania que estão organizadas nas 4 áreas de competências, seguidamente apresentadas⁹⁵:

Valores – valorizar a dignidade humana; valorizar a diversidade cultural; valorizar a democracia, a justiça, a equidade, a igualdade e o estado de direito.

Atitudes – abertura a outras culturas e crenças; respeito; espírito cívico; responsabilidade; autoeficácia; tolerância da ambiguidade.

Habilidades – habilidades de aprendizagem autónoma; habilidades de pensamento analítico e crítico; habilidades de ouvir e observar; empatia; flexibilidade e adaptabilidade; habilidades linguísticas, comunicativas e plurilingues; habilidades de cooperação; habilidades de resolução de conflitos.

⁹⁴ Link para informação sobre professores no site do DCE: <https://www.coe.int/en/web/digital-citizenship-education/educators>

⁹⁵ Conselho da Europa, 2016, p.16., tradução própria

Conhecimento e Compreensão Crítica – do próprio; da linguagem e da comunicação; do mundo: política, direito, direitos humanos, cultura, religiões e culturas, história, media, economia, ambiente, sustentabilidade.

As competências apresentadas são extremamente importantes pois constituem a base dos 10 domínios, apresentados no projeto DCE, que os cidadãos devem possuir para alcançarem a cidadania digital. Deste modo, os 10 domínios abordados no DCE partem das competências do modelo CDC do Conselho da Europa, sendo, no entanto, direcionadas para a educação dos cidadãos em relação ao meio digital. Estes 10 domínios, que estruturam o projeto DCE, são segmentados em 3 grupos: **Estar Online, Bem-Estar Online e Direitos Online**.

Estar Online relaciona-se com precondições da cidadania digital, nomeadamente o acesso ao meio digital e a capacidade de navegar online livremente e em segurança, tomando partido das diversas oportunidades e possibilidades encontradas neste meio. O Estar online agrega 3 domínios da cidadania digital:

1. O **Acesso e a Inclusão** estão relacionados com a possibilidade de aceder ao meio digital, bem como às diversas competências necessárias para participar de modo inclusivo numa multitude de espaços online.

2. A **Aprendizagem e Criatividade** relacionam-se com a atitude e a vontade dos indivíduos em aprender competências digitais e a aplicá-las de modo criativo. Este domínio engloba diversas competências pessoais e profissionais necessárias para interagir com confiança e inovação com o atual ambiente mediático.

3. A **Literacia dos Media e Informação** está relacionada com a habilidade de interagir com media de modo crítico. Esta literacia deve ser desenvolvida através da educação e da interação com o meio digital. Um cidadão digital deve ser capaz de não apenas utilizar media, mas também de recorrer ao seu pensamento crítico, de modo a empregar meios mediáticos de modo participativo e significativo.

O **Bem-Estar Online** relaciona-se com uma utilização positiva, plena e equilibrada do meio digital. Ou seja, com o sentimento de conforto e de bem-estar que os utilizadores

devem sentir quando acedem à internet através de meios digitais. O Bem-Estar Online agrega 3 domínios da cidadania digital:

1. A **Ética e Empatia** estão relacionadas com o comportamento e as interações dos cidadãos no meio digital, bem como a capacidade de compreender e de respeitar as opiniões e sentimentos de outros utilizadores online. Este domínio significa compreender que existe um ser humano por de trás dos perfis de utilizadores encontrados na internet.

2. A **Saúde e Bem-estar** estão relacionados com a importância dos cidadãos possuírem as atitudes, habilidades, valores e conhecimento necessários para se aperceberem das condicionantes do meio digital que podem afetar a saúde e o bem-estar pessoal ou de outros.

3. A **Presença e Comunicação Online** estão relacionadas com a capacidade dos cidadãos contruírem e manterem uma presença íntegra no meio digital, e de interagirem e comunicarem coerentemente com outros utilizadores da internet.

Os **Direitos Online** estão relacionados com os direitos e responsabilidades que surgem diante os cidadãos no meio digital. Os direitos online incluem 4 domínios da cidadania digital:

1. A **Participação Ativa** está relacionada com as competências digitais que os cidadãos necessitam para tomar decisões responsáveis enquanto participam de modo positivo em questões da esfera pública.

2. Os **Direitos e Responsabilidades** estão relacionados com a perceção dos utilizadores dos direitos que possuem online, como por exemplo, a privacidade, a segurança ou a liberdade de expressão, bem como as responsabilidades que surgem neste meio, como por exemplo, terem um comportamento adequado à promoção de um espaço digital seguro para todos.

3. A **Privacidade e a Segurança** estão relacionadas com a proteção dos cidadãos no meio online, bem como a perceção dos utilizadores das consequências das suas ações e comportamentos.

4. A **Consência do Consumidor** está relacionada com competências que derivam do facto dos cidadãos também serem por vezes consumidores no meio digital. Deste modo, é essencial que estes compreendam os mecanismos do comércio neste meio.

Como previamente mencionado, os 10 domínios de cidadania digital abordam múltiplos e diferenciados aspetos das Competências da Cultura Democrática. Segundo o Conselho da Europa, a interligação entre estas competências e os domínios da cidadania digital acontece através de diversas políticas e estratégias, envolvendo diferentes atores e infraestruturas, bem como uma avaliação constante das medidas tomadas em prol do desenvolvimento da cidadania digital.

3.3. Competência Digital (Comissão Europeia)



A **Competência Digital** (cd) recomenda aos seus cidadãos 8 competências-chave para a aprendizagem ao longo da vida. Estas competências englobam⁹⁶ Ciência, Tecnologia, Engenharia e Matemática; Linguísticas; Literacia; Consciência e Sensibilidade Cultural; Empreendedorismo; Competência Civil; Competências Pessoais, Sociais e de Aprendizagem; e a Competência Digital.

As competências visam promover um estilo de vida saudável e seguro, em que os cidadãos conseguem responder de modo adequado aos diferentes desafios e possibilidades que surgem na sua vida. Estas competências estão interligadas e são complementares umas das outras. Por exemplo, a literacia é necessária tanto no meio físico como no meio digital. Adicionalmente, o empreendedorismo pode e deve também ser aplicado no meio digital. De modo geral, as competências recomendadas pela EU apresentam uma elevada sinergia e possibilitam um cidadão a tomar total partido das oportunidades que surgem diante si.

⁹⁶ Comissão Europeia, 2022, p.5., tradução própria

Dada a relevância da competência digital e o seu impacto no dia-a-dia dos Europeus, a Comissão Europeia desenvolveu o programa “**Digital Competence Framework for Citizens**” (DigComp). Neste projeto foi construído um referencial para a competência digital dirigido a cidadãos, tendo sido primeiramente publicado em 2013, contando com diversas atualizações e acrescentos ao longo dos anos⁹⁷.

O objetivo do projeto foi tornar o referencial numa ferramenta para melhorar a competência digital dos cidadãos, ajudando os decisores políticos a formular políticas que apoiam o desenvolvimento de competências digitais, e planeando iniciativas de educação e formação para melhorar a competência digital de grupos-alvo específicos. O DigComp procurou também fornecer uma linguagem comum sobre como identificar e descrever as principais áreas de competência digital, com o objetivo de se constituir como uma referência comum a nível europeu.

Como é possível verificar no site da UE⁹⁸, o DigComp é uma estrutura de referência flexível que pode ser adaptada para apoiar o desenvolvimento e o entendimento da competência digital em qualquer ambiente, podendo ser usado para os seguintes fins:

- Apoiar políticas e práticas para desenvolver habilidades digitais;
- Avaliação de habilidades digitais;
- Apoiar a formação de educadores, formadores e professores para fornecer competências digitais;
- Conceber programas e oportunidades de aprendizagem;
- Reconhecer e certificar habilidades.

Segundo a informação disponibilizada sobre o programa, o DigComp pode ser usado por empregadores, educadores, formuladores de políticas e quaisquer outros atores interessados no desenvolvimento e entendimento de competências digitais.

A próxima tabela apresenta o modelo referencial a seguir e a adaptar, e a ser aplicado mediante determinados objetivos específicos.

⁹⁷ Link para a página do repositório de publicações da Comissão Europeia, na qual a versão mais recente do referencial DigComp (2.2) poderá ser acedido: <https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/handle/JRC128415>

⁹⁸ Link para a página em que se pode aceder a informação adicional acerca do DigComp: https://joint-research-centre.ec.europa.eu/digcomp_en

Tabela 4 – Modelo de referência conceitual – áreas de competências (DigComp)

Áreas de competência	Competências a adquirir
1. Literacia de informação e de dados	<ul style="list-style-type: none"> - Navegar, pesquisar e filtrar dados, informações e conteúdo digital; - Avaliar dados, informações e conteúdo digital; - Gerenciamento de dados, informações e conteúdo digital
2. Comunicação e colaboração	<ul style="list-style-type: none"> - Interação através de tecnologias digitais; - Compartilhamento através de tecnologias digitais; - Participar mais ativamente na cidadania através de tecnologias digitais; - Colaboração através de tecnologias digitais; - “Netiqueta” (noção de comportamentos em ambiente digital – e.g., estar ciente da diversidade cultural na internet); - Gerenciar a identidade digital
3. Criação de conteúdo digital	<ul style="list-style-type: none"> - Desenvolver conteúdo digital; - Integrar e reelaborar conteúdo digital; - Compreender dimensões de direitos autorais e licenças; - Desenvolver capacidade de programação
4. Segurança	<ul style="list-style-type: none"> - Proteger dispositivos; - Privacidade e proteção de dados pessoais; - Proteger a saúde e o bem-estar; - Proteger o ambiente
5. Resolução de problemas	<ul style="list-style-type: none"> - Resolver problemas técnicos; - Identificar necessidades e respostas tecnológicas; - Utilizar criativamente tecnologias digitais; - Identificar lacunas de competência digital

Fonte: “DigComp 2.2: The Digital Competence Framework for Citizens”, 2022, p.4. Edição: OberCom, 2023.

A DigComp (Tabela 4) subdivide-se em 21 competências organizadas em cinco áreas: a literacia de informação e de dados; a comunicação e colaboração; a criação de conteúdo digital; a segurança; e a resolução de problemas. Cada uma dessas competências está organizada em cinco dimensões, a saber:

- A primeira explicita a área geral em que a competência se insere.
- A segunda apresenta a denominação da competência, bem como uma breve conceitualização.

- A terceira aborda os diferentes níveis de proficiência que um cidadão pode atingir e que variam entre um e oito, sendo referidos os comportamentos esperados em cada um dos níveis.
- A quarta, que é uma novidade na atualização de 2022, inclui descritores, ou seja, exemplos de conhecimentos, habilidades e atitudes relacionadas com cada competência.
- Na quinta são apresentadas situações em que a competência pode ser utilizada, ou seja, em cenários no contexto da empregabilidade e da aprendizagem.

A título de exemplo, podemos abordar a competência 1.1 – “Navegar, Pesquisar e Filtrar Dados, Informação e Conteúdo Digital”. Na primeira dimensão, é referido que esta competência pertence à área da Literacia de Informação e de Dados. Na segunda dimensão, é explicitado que esta competência engloba: articular necessidades de informação, procurar dados, informação e conteúdo no ambiente digital, aceder e navegar entre eles, e criar e atualizar estratégias pessoais de pesquisa.

Na dimensão 3, ao consideramos, por exemplo, o primeiro nível de proficiência, é explicitado que com algum auxílio os utilizadores devem conseguir: identificar as suas necessidades de informação; encontrar dados, informação e conteúdo através de uma simples pesquisa no ambiente digital; e descobrir como aceder a estes dados, informações e conteúdos, e navegar entre os mesmos. Em contraste, ao considerar o oitavo nível de proficiência, é explicitado que os utilizadores devem conseguir: criar soluções para resolver problemas complexos com diversos fatores de interação que estão relacionados com a navegação, pesquisa e filtro de dados informação e conteúdo digital; e propor novas ideias e processos para este campo de atividade.

Na dimensão 4, em relação ao conhecimento, é por exemplo descrito que o utilizador sabe que certos conteúdos online encontrados em pesquisas podem não ter acesso livre ou aberto e podem requerer uma taxa ou a adesão a um serviço. Em relação a habilidades, é por exemplo referido que o utilizador consegue escolher o motor de busca mais indicado para as suas necessidades de informação, sendo que diferentes motores de busca podem providenciar resultados diferentes através da mesma pesquisa. Em relação a atitudes, é por exemplo referido que o utilizador

intencionalmente evita distrações e visa evitar a sobrecarga de informação ao aceder e navegar entre informações, dados e conteúdos.

Na dimensão 5, é referido num dos cenários de empregabilidade que o cidadão consegue identificar quais os portais de emprego que o podem ajudar a encontrar um trabalho. Adicionalmente, num dos cenários de aprendizagem, é referido que o cidadão consegue identificar websites, blogs, e bases de dados digitais para pesquisar por literatura relacionada com o tema de um potencial relatório.

Através da apresentação detalhada destas cinco dimensões para todas as 21 competências, o referencial DigComp destaca-se como uma guia útil e adaptável no que concerne à compreensão das competências digitais que um cidadão deve desenvolver.

3.4. PISA e Bússola da aprendizagem (OCDE)



A Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico (OCDE) implementou, em 2018, o seu projeto trianual de avaliação internacional de estudantes conhecido como *Programme for International Student Assessment* (PISA), sendo os seus resultados divulgados através de um relatório de 2020⁹⁹.

O PISA é apresentado como um projeto único devido aos seguintes 5 aspetos¹⁰⁰:

A **orientação de políticas**, que interliga os resultados de aprendizagem dos estudantes com o seu *background*, atitudes em relação à aprendizagem e fatores que influenciam a aprendizagem dentro e fora da escola.

O **conceito inovador de literacia**, que envolve a capacidade de aplicar diversos conhecimentos e habilidades de modo a abordar determinados problemas em diferentes situações.

⁹⁹ Link para a página na qual os resultados do estudo PISA realizado em 2018 podem ser acedidos: <https://www.oecd.org/pisa/publications/pisa-2018-results.htm>

¹⁰⁰ Adaptado de OCDE, 2020, p.46.

A **relevância para a aprendizagem ao longo da vida**, sendo que os alunos são questionados sobre as suas motivações para aprender, as suas crenças sobre si mesmo, e as suas estratégias de aprendizagem.

A **regularidade**, que permite a monitorização de diversos e diferenciados objetivos de aprendizagem.

A **amplitude de cobertura**, que envolve todos os países da OCDE, bem como 42 países parceiros.

Nesta edição, a OCDE avaliou, pela primeira vez, a Competência Global de estudantes de 15 anos. Segundo a OCDE, a competência global envolve a “aquisição de conhecimento aprofundado e a compreensão de questões globais e interculturais, a habilidade de aprender e conviver com pessoas de diversas origens, e as atitudes e valores necessários para interagir respeitosamente com os outros” (OCDE, 2018, p.5., tradução própria).

De acordo com a OCDE, os estudantes necessitam de capacidades e conhecimentos globais e interculturais por múltiplos motivos, incluído o uso responsável e eficaz de meios mediáticos. Neste sentido, o projeto PISA envolve diretamente a aquisição de diversas competências relacionadas com a Literacia para os media. A competência global envolve as quatro dimensões seguidamente apresentadas que apresentam um elevado grau de dependência entre si¹⁰¹:

1. A capacidade de examinar situações e problemas de significância local, global e cultural (e.g., pobreza, dependência económica, migrações, desigualdades, riscos ambientais, conflitos, diferenças culturais e estereótipos).
2. A capacidade de apreciar e perceber diferentes perspetivas e visões do mundo.
3. A habilidade de estabelecer interações positivas com pessoas de *backgrounds* nacionais, étnicos, religiosos, sociais ou culturais diferentes.

¹⁰¹ OCDE, 2020, P.56., tradução própria

4. A disposição e capacidade para tomar medidas construtivas para o desenvolvimento sustentável e o bem-estar coletivo.

Das quatro dimensões apresentadas é especialmente relevante destacar a primeira, relacionada com a capacidade de examinar situações e problemas de significância local, global e cultural, devido à importância e significância da Literacia para os media no âmbito desta dimensão. De modo geral, esta dimensão está relacionada com a capacidade de os estudantes empregarem o seu conhecimento sobre o mundo, bem como a sua compreensão crítica, para formarem opiniões face a assuntos locais ou globais.

A capacidade destacada envolve a operacionalização de diversos conhecimentos relacionados com os processos de produção de conteúdo mediático, com as relações estabelecidas entre os media e os cidadãos e a avaliação de informações provenientes de diferentes meios. Como enunciado no relatório PISA, “a proficiência nesta dimensão também requiere Literacia para os media, pois os alunos devem ser capazes de identificar, aceder, analisar e avaliar criticamente a validade de conteúdo mediático de diferentes fontes” (OCDE, 2020, p.70., tradução própria).

Segundo a OCDE, a educação para uma vivência integral num mundo realmente interconectado deve ter como objetivo formar indivíduos que se preocupem com assuntos de âmbito global e que atuem em prol do desenvolvimento sustentável e do bem-estar geral. Neste sentido, é considerado essencial cumprir os objetivos de desenvolvimento sustentável para 2030 delineados pelas Nações Unidas. Para cumprir tais objetivos, a OCDE considera fundamental expandir as oportunidades para desenvolver a competência global.

Essas oportunidades podem envolver, por exemplo, atividades dentro e fora da escola, bem como atividades que desenvolvam a experiência intercultural dos estudantes. De modo a auxiliar o desenvolvimento internacional de oportunidades de aprendizagem, a OCDE desenvolveu, no contexto do projeto ***Future of Education and Skills 2030***, a sua bússola da aprendizagem que “oferece uma visão ampla dos tipos de competências que os estudantes necessitam para prosperar em 2030 e além.” (OCDE, 2020, p.198., tradução própria). Esta é uma ferramenta concetualizada

para ser relevante a nível global, sendo, no entanto, adaptável aos diferentes contextos nacionais.

A **Bússola de Aprendizagem** da OCDE é construída tendo por base a ideia de que os estudantes têm a capacidade de se desenvolverem como agentes da mudança ao adquirirem diversos conhecimentos, habilidades e atitudes e valores. Adicionalmente, é considerado que os estudantes necessitam de uma fundação elementar e de competências transformativas. Toda esta aprendizagem deve ocorrer através de um ciclo que envolva fases de antecipação, ação e reflexão.

Através desta ferramenta, a OCDE pretende contribuir para a elaboração de diversas iniciativas e projetos a nível mundial que visem desenvolver a competência global dos cidadãos e promovam os objetivos de desenvolvimento sustentável das Nações Unidas.

4. Atores internacionais

4. Atores internacionais

Neste capítulo são referidas algumas organizações de países como Estados Unidos da América (EUA), Canadá, Reino Unido, Austrália e França dedicadas à Literacia para os media – procurando perceber, assim, o que está a ser feito por organizações deste género em outros países.

4.1. Estados Unidos da América

4.1.1. Center for Media Literacy



O **Center for Media Literacy (CML)** é uma organização educacional norte-americana dedicada a promover uma educação debruçada sobre a Literacia para os media, possuindo um referencial referente a conteúdos de media que sirva para aceder, analisar, criar e participar. O objetivo é auxiliar os cidadãos, nomeadamente os jovens, a desenvolver competências digitais e pensamento crítico. Esta instituição tem ao longo das últimas décadas levado a cabo diversas iniciativas no seu país referentes a questões teóricas e práticas no âmbito de Literacia para os media ¹⁰².

O seu referencial, denominado de **CML MediaLit Kit**, tem como base fundamental uma estrutura básica que apresenta os cinco principais conceitos e as cinco principais perguntas sobre Literacia para os media, tanto do ponto de vista dos consumidores como dos produtores do conteúdo.

¹⁰² Link para aceder a informações sobre o Center for Media Literacy: <https://bit.ly/2vHyVf1>

A tabela seguinte mostra precisamente tal abordagem:

Tabela 5 – Referencial básico do CML MediaLit Kit

	5 perguntas principais (para consumidores)	5 conceitos principais	5 perguntas principais (para produtores)
1. Autoria	Quem criou esta mensagem?	Todas as mensagens nos media são construções	O que estou a criar?
2. Formato	Que técnicas criativas são usadas para atrair a minha atenção?	As mensagens nos media são construídas usando uma linguagem criativa com as suas próprias regras.	A minha mensagem reflete compreensão no que respeita ao seu formato, criatividade e tecnologia
3. Audiência	Como poderão diferentes pessoas interpretar esta mensagem de modo diferente?	Pessoas diferentes interpretam mensagens nos media de forma diferente	A minha mensagem é atrativa para o meu público-alvo?
4. Conteúdo	Que valores, estilos de vida e pontos de vista são representados ou omitidos nesta mensagem?	Os media possuem valores e pontos de vista incorporados/intrínsecos	Enquadrei clara e consistentemente valores, estilos de vida e pontos de vista no meu conteúdo?
5. Propósito	Porque foi esta mensagem produzida/enviada?	A maioria das mensagens nos media são criadas para obter lucro e/ou poder	Comuniquei o meu objectivo de maneira eficaz?

Fonte: CML's five key questions and core concepts (Q/TIPS) for consumers and producers (*Link:* <https://bit.ly/39ch9OH>), 2009.
Edição: OberCom, 2023.

Esta estrutura analítica, juntamente com um modelo de quatro passos – de i) consciencialização, ii) análise, iii) reflexão e iv) ação -, denominado de Espiral de Empoderamento («*Empowerment Spiral*»)¹⁰³, fornece uma espinha dorsal para o desenvolvimento de formações e currículos com o objetivo de abordar qualquer assunto, a qualquer hora e em qualquer lugar.

¹⁰³ Para mais informações sobre estes passos, aceder ao site do CML através do seguinte link: <https://bit.ly/2QSd3VJ>

4.1.2. Media Education Lab



O **Media Education Lab** (MELab), fundado e dirigido pela conceituada Renee Hobbs, possui dois objetivos principais: (1) fornecer programas públicos, serviços educacionais e comunitários, e recursos curriculares multimédia direcionados às necessidades de educadores e alunos em ambientes escolares e extracurriculares; e (2) desenvolver e implementar uma agenda de pesquisa multidisciplinar para explorar o impacto educacional dos media e da tecnologia, com foco na educação digital e de media¹⁰⁴.

Como explicitado no seu site, o MELab apresenta cinco pressupostos fundamentais:

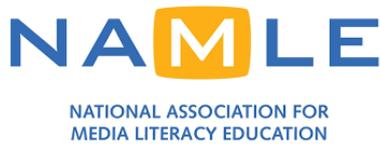
1. Não é um lugar. É uma rede de alunos e de colaboradores.
2. Está no cruzamento de Literacia Digital e para os Media, serviço comunitário e da pesquisa.
3. Criam ambientes de aprendizagem, construindo e sustentando relacionamentos ao longo do tempo.
4. Criam media, correm riscos, experimentam e tentam novas coisas.
5. Veem a diversão e a aprendizagem como organicamente conectados.

É ainda possível verificar no seu site a disponibilidade de recursos e materiais dirigidos a professores e educadores, referentes a determinados assuntos sobre Literacia para os media, tendo disponíveis workshops ou atividades, através dos quais o objetivo é transmitir informações e orientações sobre os subtemas em questão¹⁰⁵.

¹⁰⁴ Link para o site do MELab: <https://bit.ly/33GZo8M>

¹⁰⁵ Link para a página de recursos educativos do MeLab: <https://bit.ly/3bjyaeJ>.

4.1.3. National Association for Media Literacy Education



A National Association for Media Literacy Education (NAMLE), associação norte-americana sem fins lucrativos, que congrega também investigadores fora dos EUA, organiza uma conferência, de dois em dois anos, para debater os avanços no campo. Criou ainda um guia/referencial destinado a ajudar os pais a conversar com os filhos acerca dos media e dos seus conteúdos, visando desenvolver o pensamento crítico nos mais jovens¹⁰⁶.

No guia são efetuadas perguntas simples que poderão ser colocadas aos filhos – e para que eles posteriormente as façam, sozinhas, de forma mais natural –, de forma a analisar os conteúdos e as mensagens dos media:

- Porque foi isto feito?
- Quem fez isto?
- O que está a faltar?
- Como é que pessoas diferentes poderão interpretar isto?
- Como é que eu sei que isto é verdade?
- Quem é que pode beneficiar com esta mensagem?
- Quem é que pode ser prejudicado com esta mensagem?

Esta organização possui uma revista científica online, o “Journal of Media Literacy Education””, que apoia o desenvolvimento da pesquisa e da pedagogia nesta área científica.

¹⁰⁶ Link para aceder ao guia dirigido aos pais, da NAMLE: <https://namle.net/wp-content/uploads/2022/06/220348-NAMLE-Parent-Guide-202200619-2A3.pdf>

4.1.4. International Council for Media Literacy



O **International Council for Media Literacy (ICML)** é uma organização sem fins lucrativos que se dedica a diversas atividades que promovem o avanço e o progresso no campo da Literacia para os media¹⁰⁷. O ICML representa a continuação do National Telemedia Council, a mais antiga associação dos Estados Unidos da América a trabalhar na área da Literacia para os media, desde a década de 1950.

O ICML pretende funcionar como um elo na área da Literacia para os media entre diversas entidades, como a indústria dos media, os decisores políticos, académicos, educadores, entre outros. Adicionalmente, tem o objetivo de promover a Educação para os Media em ambientes curriculares, não curriculares e extracurriculares.

Segundo o seu site, a missão do ICML assenta em 4 pilares principais:

- Oferecer programas, recomendações de políticas, publicações e divulgação de pesquisas e práticas em todos os campos para estimular conversas críticas e aprofundar a Educação para os Media.
- Contribuir para um movimento de Literacia para os media robusto, integrado e mundial.
- Promover a reforma educacional de modo crítico, criativo e ecológico.
- Encorajar a cidadania informada, reflexiva e compassiva

O ICML promove também dois prémios relacionados com o trabalho na área da Literacia para os media. O Prémio Jessie McCause, denominado em honra de uma das co-fundadoras do NTC, é atribuído a indivíduos que tenham efetuado um trabalho dedicado por um período de tempo prolongado na área da Literacia para os media. O prémio Marieli Rowe Innovation in Media Literacy Education é denominado em honra da ex-diretora executiva e editora do NTC, cujo trabalho no campo da Literacia para os media durou mais de seis décadas. Este prémio é atribuído a projetos inovadores

¹⁰⁷¹⁰⁷ Site do Internacional Council for Media Literacy: <https://ic4ml.org/>

na área da Literacia para os media, sendo que a experimentação e a exploração são encorajadas.

Por fim, é ainda de salientar o “Journal of Media Literacy”, elaborado pelo ICML que em 2019 passou totalmente para digital. Este journal apresenta diversas perspetivas e experiências de grandes nomes na indústria da Literacia para os media, pioneiros na área e ainda de futuros contribuintes para este campo.

4.2. Canadá

4.2.1. Media Smarts



O **Media Smarts** é uma organização sem fins lucrativos que se dedica a temas de literacia digital e dos media no Canadá, levando a cabo diversas iniciativas no seu país. Como é possível verificar através do seu site¹⁰⁸, possuem diversos inquéritos e estudos dedicados ao consumo dos media, nomeadamente por uma população mais jovem do Canadá.

No mesmo site, encontram-se também páginas de internet criadas para servirem de recursos a professores e às suas aulas, no que respeita, pois, a Literacia para os media. É dada a possibilidade de estes filtrarem a informação pretendida – por exemplo, o ano curricular em que a sua turma se insere e o tema em questão – e, desta forma, obter planos de aula sobre subtemas dentro desse tema selecionado, que posteriormente poderão aplicar nas suas aulas¹⁰⁹.

A título de exemplo, filtrou-se informação com o ano curricular “Secondary 2” e com o tema “Body image”, ou seja, sobre representações corporais em contexto de media.

¹⁰⁸ Link para o site do Media Smarts: <https://mediasmarts.ca/>

¹⁰⁹ Link para a página do Media Smarts que os professores poderão aceder: <https://bit.ly/2J4rUI8>

Surgiram, após tal filtragem, cinco aulas diferentes – algumas, inclusivamente, com o propósito de serem dadas de forma consecutiva – sobre representações corporais e de género. Clicando aleatoriamente numa das lições – “Exposing Gender Stereotypes – Lesson” –, pode então obter-se o resumo do propósito da aula, expondo o que deverá ser discutido e o que os estudantes devem retirar da mesma, e também aspetos mais concretos, como por exemplo o que pode ser diretamente perguntado aos alunos.¹¹⁰

No site existe igualmente informação similar dirigida a pais, podendo estes filtrar determinados assuntos (e.g., cibersegurança, cyberbullying), e, dessa forma, obter informação e estatísticas¹¹¹.

Deste modo, o Media Smarts dá um contributo interessante na oferta aos indivíduos, nomeadamente a professores, de recursos e planos de aula com que poderão orientar, de forma mais eficiente, discussões a ter com os alunos acerca de temas referentes a Literacia para os media.

4.2.2. Association for Media Literacy



De referir ainda outra organização do Canadá, a **Association for Media Literacy** (AML)¹¹², uma associação de professores, bibliotecários, consultores, pais, trabalhadores culturais e profissionais dos media que procuram ajudar as pessoas a desenvolver um entendimento crítico e informado da natureza dos media, das suas técnicas e do seu impacto nos indivíduos e na sociedade.

A AML disponibiliza os seus serviços através de palestras, workshops e materiais educativos. Adicionalmente, a organização oferece cursos direcionados a professores de Estudos para os Media. Para além de estas atividades, a AML ainda interage com o governo, escolas, professores e a própria indústria dos media para o a resolução

¹¹⁰ Link para aceder ao ficheiro PDF desta aula: <https://bit.ly/2J9rss2>

¹¹¹ Link para a página do Media Smarts dedicada a pais: <https://mediasmarts.ca/parents>

¹¹² Link para o site da AML: <https://aml.ca/>

de questões comuns; disponibiliza uma rede mundial para educadores em Literacia para os media, e colabora com o ministério da educação de Ontário no desenvolvimento de currículos relacionados com o aperfeiçoamento de competências de Literacia para os media.

Também esta organização possui um *framework*, baseado em determinados conceitos principais, e que ajudam a orientar as questões mais importantes a ter em conta no estudo de Literacia para os media. No entanto, não possuem recursos online, como é o caso do Media Smarts.

4.3. Reino Unido

4.3.1. Education Centre (Jornal “The Guardian”)

The logo for The Guardian, featuring the words "The Guardian" in a bold, black, serif font. The word "The" is smaller and positioned above "Guardian".

O **Education Centre**, com sede nos escritórios do “The Guardian”, jornal de referência no Reino Unido, dedica-se ao ensino e à transmissão de informação no âmbito dos media e do jornalismo, e fornece uma variedade de programas para permitir aos seus visitantes interagir com as notícias e obter uma compreensão mais realista de como é trabalhar numa organização deste tipo.

Este centro realiza workshops gratuitos para escolas e faculdades nos escritórios do jornal, em Londres, dirigidos essencialmente a jovens alunos, e com o objetivo final de, após estes adquirirem conhecimentos sobre como aceder, compreender e participar em conteúdos dos media, poderem analisar criticamente as mensagens produzidas e divulgadas nos mesmos. O centro também oferece sessões para grupos universitários, seminários e atividades para adultos e famílias, e formação para professores e recursos para os mesmos, de modo a aplicarem nas suas aulas em temas, principalmente, dedicados a jornais e media noticiosos.

No que respeita concretamente aos recursos oferecidos a professores, é possível verificar no seu site¹¹³, por exemplo, uma página própria para dicas e sugestões a educadores do ensino primário ao secundário, sobre o jornalismo e os media (e.g., informações de como as notícias são feitas). Uma vez acedendo a essa página, surgem algumas hipóteses passíveis de ser acedidas; por exemplo, o professor poderá escolher entre informação sobre literacia noticiosa para alunos de idade entre os 9-11 anos, e para alunos de idade entre os 11-18 anos. Ora, clicando nesta última opção, surge uma página¹¹⁴ com diferentes tópicos e subtemas que os professores poderão abordar e explorar na aula. A título de exemplo, veja-se uma das atividades sugeridas, com o título de “Familiaridade com histórias noticiosas”:

“Leia alguns jornais e sites de notícias ou assista a um programa de notícias. Fale sobre quais histórias são mais importantes ou interessantes, a ordem em que aparecem e como são apresentadas. Selecione que histórias colocar numa primeira página. Crie role-plays e incentive os alunos a persuadir os editores a escolher a matéria de primeira página, com base no valor das notícias.” (Fonte: “Education Centre, Resources for teachers: News literacy teaching ideas for secondary students aged 11-18” – tradução própria.

De referir que outros recursos são oferecidos a professores, como por exemplo posters (e.g., framework de como analisar notícias) ou documentos dos arquivos do “The Guardian”.

Naturalmente, sublinhe-se que este centro, com os seus workshops ou recursos que disponibiliza, encontra-se essencialmente debruçado sobre questões de jornalismo e notícias – nomeadamente no âmbito de imprensa e jornais –, dirigindo para essas temas e subtemas a sua educação referente à Literacia para os media.

¹¹³ Link para aceder aos recursos oferecidos a professores do Education Centre: <https://bit.ly/3diFoOt>

¹¹⁴ Página do Education Centre dedicada a recursos para professores no que respeita a literacia noticiosa para alunos de idade entre os 11-18 anos: <https://bit.ly/2UcibtE>

4.3.2. Making Sense of Media (OFCOM)



O Ofcom é um dos principais reguladores de serviços de comunicação e de informação no Reino Unido. Esta é uma organização independente, sendo financiada pelos serviços prestados às empresas que regulam. No entanto, o Ofcom também apresenta poderes regulatórios garantidos pelo parlamento britânico.

O grande objetivo do Ofcom é garantir a qualidade e integridade dos serviços de distribuição de televisão, telefone e internet disponíveis no Reino Unido. Adicionalmente, parte das funções do Ofcom envolvem a supervisão da programação de televisão e rádio de modo garantir que o conteúdo está de acordo com as normas impostas a nível nacional. O Ofcom ainda se preocupa em proteger os cidadãos britânicos de burlas e más práticas em relação aos meios tecnológicos¹¹⁵.

O Ofcom promove o programa “**Making Sense of Media**” que pretende melhorar e desenvolver as habilidades, competências e o conhecimento sobre media dos cidadãos do Reino Unido, incluindo ambos adultos e crianças¹¹⁶. A organização partilha as suas recomendações de uso media, concetualizadas através de pesquisa científica na área da Literacia para os media.

Tal como enunciado no seu site, a promoção de Literacia para os media efetuada pela Ofcom envolve os seguintes aspetos: o que os utilizadores fazem e experienciam online; o modo como as iniciativas de Literacia para os media podem promover skills digitais; e o modo como o design dos serviços pode afetar a capacidade dos utilizadores de participarem no ambiente online de forma completa e segura.

¹¹⁵ Link para o site do Ofcom: <https://www.ofcom.org.uk/>

¹¹⁶ Link para a pagina do programa “Making Sense of Media”: <https://www.ofcom.org.uk/research-and-data/media-literacy-research>

De modo geral, as atividades de Literacia para os media do Ofcom envolvem 5 iniciativas ou práticas distintas:

1. Interagir com uma ampla variedade de praticantes de Literacia para os media
2. Iniciar testes-piloto e campanhas online para promover Literacia para os media
3. Estabelecer princípios de design de melhores práticas de Literacia para os media
4. Avaliar a eficácia de iniciativas de Literacia para os media
5. Pesquisar sobre o estado da Literacia para os media e compartilhar a sua base de evidência

4.4. Austrália



A **eSafety** é uma agência governamental australiana que tem o objetivo de garantir

a segurança dos cidadãos australianos no meio digital e promover uma experiência online positiva e segura para todos¹¹⁷. Esta agência é suportada pela Autoridade Australiana para os Media e Comunicações e é dirigida pela comissária Julie Inman Grant. A eSafety é um regulador independente com uma série de poderes relacionados com o combate ao cyberbullying, ao abuso baseado na imagem, e ao conteúdo prejudicial ou ilegal encontrado online.

A eSafety surge em 2015 com o nome de Children's eSafety Commissioner, sendo direcionada à promoção da segurança das crianças e jovens no meio online. No entanto, atualmente, a eSafety promove a segurança de ambas crianças e adultos. A agência conta com diversas parcerias dentro da Austrália e por todo o Mundo. Mais concretamente, a eSafety colabora com autoridades federais, estatais e territoriais

¹¹⁷ Link para o site da eSafety: <https://www.esafety.gov.au/>

australianas, governos estrangeiros, a indústria da tecnologia, organizações sem fins lucrativos, ativistas, pais, jovens e diversos outros grupos.

Como enunciado no seu site, o trabalho da eSafety acontece através de 3 lentes:

Prevenção – Através de Pesquisa, programas de educação e a sensibilização.

Proteção – Através de esquemas regulatórios e investigações, sob o ato da segurança online.

Mudança proativa e sistemática – ao antecipar as novas tendências tecnológicas, apoiar a indústria para melhorar os padrões de segurança do utilizador, e fortalecendo o impacto transfronteiriço.

A eSafety disponibiliza e promove uma série de recursos e iniciativas relacionadas com o fortalecimento da Literacia para os media dos cidadãos australianos. No site da eSafety encontramos diversos conteúdos informativos que se relacionam com a proteção dos utilizadores no meio online. Estes conteúdos diferem consoante a faixa etária do utilizador, sendo encontradas informações adequadas e relevantes para todas as idades. Adicionalmente, são ainda disponibilizados recursos que podem ser utilizados no contexto de sala de aula, bem como aulas virtuais e outros materiais direcionadas para os professores e as próprias escolas.

A eSafety também oferece programas e iniciativas especiais direcionadas a indivíduos em diversos contextos de vida. A eSafety realiza ainda diversos webinars e apresentações sobre a segurança no meio online.

4.5. França



O **Centre de Liaison de l'Enseignement et des Médias d'Information** (CLEMI) é uma agência governamental integrada no Ministério da Educação francês que está encarregue de introduzir e promover a literacia dos media e de informação no

sistema educativo nacional¹¹⁸. Criado em 1983, com o objetivo de aumentar os conhecimentos dos professores sobre notícias e a indústria dos media, bem como de desenvolver o pensamento crítico, o centro estabeleceu múltiplas parecerias a nível internacional com organizações como a UNESCO e a Comissão Europeia, bem como outras organizações de língua francesa em todo o mundo.

No site do CLEMI são divulgados diversos tipos de recursos que envolvem materiais educacionais e de vídeo, jogos e publicações de referência. Para além destes recursos, o CLEMI promove iniciativas como a Semana da Imprensa e dos Media na Escola¹¹⁹.

Uma destas iniciativas engloba as oficinas “**Declic’Critique**”¹²⁰. Estas oficinas são direcionadas a grupos de alunos com idades entre os 6 e os 11 anos e os 12 e os 17 anos e têm habitualmente a duração de 1 hora. O grande objetivo destas oficinas é de auxiliar os alunos a descodificar os media e o conteúdo informativo proveniente dos mesmos. As oficinas organizadas pelo CLEMI são filmadas e seguidamente estruturadas em vídeos com a duração de cinco minutos que são disponibilizados aos professores. Adicionalmente, são incluídos outros tipos de materiais e recursos pedagógicos para que os professores possam implementar as atividades realizadas no contexto de sala de aula.

Para além das suas oficinas, o CLEMI promove também a iniciativa “**Investigação em sala de aula**”¹²¹, interessante de destacar. Esta iniciativa envolve um jogo em que os estudantes têm de realizar uma espécie de investigação jornalística. Num trabalho em grupo, os alunos têm de analisar diversos recursos pré-selecionadas de modo a produzirem conteúdo jornalístico. No fim do jogo, os alunos podem comparar o seu trabalho com a da jornalista profissional francesa Mathilde Dehimi. Através deste jogo, os alunos obtêm uma maior compreensão dos métodos de produção do trabalho jornalístico.

¹¹⁸ Link para o site da CLEMI: <https://www.clemi.fr/>

¹¹⁹ Link para a informação sobre o evento: <https://www.clemi.fr/fr/semaine-presse-medias.html>

¹²⁰ Link para a página das oficinas “Declic’Critique”: <https://www.clemi.fr/fr/ressources/nos-ressources-videos/ateliers-declic-critique.html>

¹²¹ Link para a página com mais informações sobre esta iniciativa: <https://www.clemi.fr/fr/classe-investigation.html>

5. Projetos de empresas privadas

5. Projetos de empresas privadas

Algumas empresas possuem também projetos na área da educação e, especificamente, no que respeita a Literacia para os media, em especial tendo em conta um público-alvo mais jovem. Neste capítulo falar-se-á de dois projetos, referentes às empresas – as duas de cariz evidentemente digital – Meta e Google.

5.1. Meta – Facebook Get Digital



A Meta desenvolveu a plataforma **Facebook GetDigital** que disponibiliza diversos tipos de materiais relacionados com a promoção da cidadania digital, como aulas, dicas e recursos baseados na investigação¹²². Todos os materiais disponíveis encontram-se traduzidos para a língua portuguesa. Na plataforma podemos encontrar conteúdos direcionados aos jovens, aos pais e educadores, para que todos tenham a possibilidade de obterem as competências necessárias para serem cidadãos digitais “sensatos, competentes e responsáveis”.

A plataforma GetDigital surge através de múltiplas parecerias a nível internacional incluindo organizações como a UNESCO e a UNICEF. O site da plataforma GetDigital é organizado em secções dedicadas aos jovens, aos pais e educadores. Em todos as secções encontramos os seguintes pilares da cidadania e do bem-estar:

Alicerces digitais – Utilização de competências básicas para proteger informações e dados pessoais.

Bem-estar digital – Promover a saúde, o bem-estar e a resiliência na utilização de tecnologias.

¹²² Link para o site do Facebook GetDigital: <https://www.facebook.com/fbgetdigital>

Interação digital – Avaliar as fontes dos conteúdos multimédia e construir comunidades seguras e inclusivas

Emancipação digital – Utilizar o poder da tecnologia e das redes sociais para criar mudanças positivas.

Oportunidades digitais – Desenvolver um conjunto de competências digitais para preparar as futuras carreiras no domínio da tecnologia.

Apesar de todas as secções apresentarem os mesmos pilares da cidadania e do bem-estar, as informações e materiais disponibilizados diferem. A título de exemplo podemos abordar o pilar do bem-estar digital dentro da secção dos educadores. Como enunciado no site da plataforma GetDigital, “as aulas e atividades nesta secção ajudam os jovens a utilizar a tecnologia para explorarem as suas identidades e a envolverem-se com outros de forma positiva para protegerem a sua saúde e bem-estar enquanto estão online”. Dentro desta secção encontramos diversas aulas, sendo que para cada, antes de ser apresentado o plano da aula, são dadas informações relacionadas com o objetivo da aula, as questões essenciais, a idade recomendada dos alunos e a preparação da aula.

Para além destas secções, a plataforma GetDigital apresenta algumas páginas com informações relacionadas com uma utilização segura e proveitosa do próprio Facebook. Adicionalmente, podemos ainda encontrar uma secção de recursos adicionais com diversos outros materiais. Esta página requer que o utilizador filtre os conteúdos disponíveis por país. No caso de Portugal, não existe qualquer recurso disponível. No entanto, os utilizadores podem aceder a conteúdo de outros países, como por exemplo, o Brasil, que também contém materiais em língua portuguesa.

5.2. Google – Google for Education



Tal como a Meta, também a Google – através do seu projeto **Google for Education** – disponibiliza lições, nomeadamente sobre Literacia Digital, com a denominação de “Applied Digital Skills”. Do mesmo modo, os professores poderão aceder a lições e, com os recursos disponibilizados – nomeadamente com vídeos “prontos a usar” –, proceder às suas aulas. Também se pode aceder a informações/lições dirigidas diretamente a estudantes.

Ao todo, são disponibilizadas 209 lições, que poderão ser filtradas mediante os anos escolares¹²³. Existem, por exemplo, lições acerca de questões mais práticas e de competências, como saber fazer arte com o Google Sheets ou como fazer notas partilhadas com outros no Google Docs; este tipo de lições, aliás, são as mais frequentes. Existem também, contudo, lições de teor mais teórico, como por exemplo saber reconhecer e combater o *cyberbullying*.

Fazendo o exercício de aceder a esta última lição referida, e sendo esta uma lição de duração prevista entre os 45 e os 90 minutos, são apresentadas atividades para os alunos fazerem, e recursos para os professores utilizarem¹²⁴. Nas atividades, são apresentados diversos tópicos, como uma introdução aos conceitos ou um plano de discussões para fazer entre os alunos.

A maioria dos tópicos tem disponibilizado um vídeo para apresentar em aula (todos os vídeos estão em inglês, tal como as lições). Os recursos para os professores são uma série de documentos que possuem orientações de como proceder na aula, isto é, de que conceitos falar, quais os objetivos a atingir, que perguntas especificamente poderá fazer aos alunos sobre o tema, entre outros.

¹²³ Link para aceder à página com as lições do Google: <https://applieddigitalskills.withgoogle.com/s/en/home>

¹²⁴ Link para a página com a lição sobre o cyberbullying: <https://applieddigitalskills.withgoogle.com/c/middle-and-high-school/en/identify-cyberbullying/overview.html>

6. Bibliografia

Bibliografia

- Aufderheide, P. (1993). *Media Literacy. A Report of the National Leadership Conference on Media Literacy*. Washington, DC: Aspen Institute, Communications and Society Program.
- Buckingham, D. (2003). *Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Buckingham, D. (2009). The future of media literacy in the digital age: Some challenges for policy and practice. *Proceedings of Euromeduc: Media literacy in Europe: controversies, challenges and perspectives*, 13–24., citado por Wuyckens, G., Landry, N., & Fastrez, P. (2022). Untangling media literacy, information literacy, and digital literacy: a systematic meta-review of core concepts in media education. *Journal of Media Literacy Education*, 14(1), 168-182.
- Buckingham, D. (2023). The trouble with 'information literacy'. Available at: <https://davidbuckingham.net/2023/01/04/the-trouble-with-information-literacy/#more-4641>
- Bulger, M., & Davison, P. (2018). The promises, challenges, and futures of media literacy. *Journal of Media Literacy Education*, 10(1), 1-21.
- Comissão Europeia. (2009). *Recomendação da Comissão 2009/625/CE, de 20 de Agosto de 2009, sobre literacia mediática no ambiente digital para uma indústria audiovisual e de conteúdos mais competitiva e uma sociedade do conhecimento inclusiva*. Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=LEGISSUM:am0004>
- Comissão Europeia. (2022a). *Orientações para professores e educadores sobre o combate à desinformação e a promoção da literacia digital através da educação e da formação*. Luxemburgo: Serviço das Publicações da União Europeia. <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/a224c235-4843-11ed-92ed-01aa75ed71a1/language-pt?fbclid=IwAR3cII3HE8mfaQgbKumCn0Wd8R5XFP8uxoaOuy5hQbUHoPEm0rIU0HoJ7GQ>

- Comissão Europeia. (2022b). Final report of the Commission expert group on tackling disinformation and promoting digital literacy through education and training. Luxemburgo: Serviço das Publicações da União Europeia. Available at: <https://education.ec.europa.eu/document/final-report-of-the-commission-expert-group-on-tackling-disinformation-and-promoting-digital-literacy-through-education-and-training>
- Conde, E., Mendinhos, I. e Correia, P. (2017). APRENDER COM A BIBLIOTECA ESCOLAR: Referencial de aprendizagens associadas ao trabalho das bibliotecas escolares na educação pré-escolar e nos ensinos básico e secundário, 2.^a edição, revista e aumentada.
- Conselho da Europa. (2017). Digital citizenship education: Volume 1: Overview and new perspectives.
- Cravinho, J., Tribolet, J., Capucha, L., Marques da Silva, S. e Veiga, P. (2022). O digital na educação. Conselho Nacional de Educação. Disponível em: https://www.cnedu.pt/content/edicoes/estudos_e_relatorios/O_Digital_na_Educacao_2022.docx.pdf
- de Abreu, B. (2021). Media Literacy and Critical Thinking. Skills for Life. Inter-American Development Bank. Available at: <https://publications.iadb.org/en/skills-life-media-literacy-and-critical-thinking>
- Erstad, E., & Amdam, S. (2013). From protection to public participation. A review of research literature on media literacy. *Javnost – The Public*, 20(2), 83–98., citado por Wuyckens, G., Landry, N., & Fastrez, P. (2022). Untangling media literacy, information literacy, and digital literacy: a systematic meta-review of core concepts in media education. *Journal of Media Literacy Education*, 14(1), 168-182.
- Frau-Meigs, D. (2012). ‘Transliteracy as the new research horizon for media and information literacy’, *Media Studies*, 3:6, pp. 6–16.
- Frau-Meigs, D. (2023a, forthcoming) Media and Information Literacies for a Living World: Engaging with the Cyberist Era, In: Wasko, J. and Swartz, J (eds). *LIFE: a transdisciplinary Inquiry*. Intellect/U Chicago Press.
- Frau-Meigs, D. (2023b, forthcoming) Transliteracy and the digital media: theorizing media and information literacy. In Tierney, R.J., Rizvi, F., Erkican, K. (Eds.), *International Encyclopedia of Education*, vol. 10. Elsevier.

- Hobbs, R. (2010). Digital and Media Literacy: A Plan of Action. A White Paper on the Digital and Media Literacy Recommendations of the Knight Commission on the Information Needs of Communities in a Democracy. Aspen Institute.
- Hobbs, R. (2015). Media Literacy, in D. Mastro and J. Nussbaum (Eds.), Oxford Research Encyclopedia of Communication. London: Oxford University Press.
- Hoechsmann, M. & Poyntz, S. (2012). Media Literacies: A Critical Introduction. Oxford. Blackwell Publishing. DOI:10.1002/9781444344158
- Jones-Jang, S. M., Mortensen, T., & Liu, J. (2021). Does media literacy help identification of fake news? Information literacy helps, but other literacies don't. *American Behavioral Scientist*, 65(2), 371-388.
- Le Deuff, O. (2012). Littératies informationnelles, médiatiques et numériques : de la concurrence à la convergence? *Études de communication*, 38., citado por Wuyckens, G., Landry, N., & Fastrez, P. (2022). Untangling media literacy, information literacy, and digital literacy: a systematic meta-review of core concepts in media education. *Journal of Olá*
- Lopez, A., 2020. Expanding ethics to the environment with ecomedia literacy. In: Frau-Meigs, D., Kotilainen, S., Hoeschmann, M., Shelat, M., Poyntz, S. (Eds.), *Handbook of Media Education Research*. Wiley, New York.
- Martinho, T., Lapa, T. (2022). Internet e consumos culturais. Em Pais, J., Magalhães, P., Antunes, M., Silva, J., Martinho, T., Lapa, T., Cameira, E., Borges, V., e Gomes, R. (2022). *Inquérito às Práticas Culturais dos Portugueses 2020: Síntese dos Resultados* (pp.14-20.).
- OCDE. (2018). Preparing our youth for an inclusive and sustainable world - The OECD PISA global competence framework. OECD Publishing, Paris
- Palsa, L., & Ruokamo, H. (2015, November). Behind the concepts of multiliteracies and media literacy in the renewed Finnish core curriculum: A systematic literature review of peer-reviewed research. In *Seminar. net* (Vol. 11, No. 2).
- Potter, W. J. (2013). Review of literature on media literacy. *Sociology Compass*, 7(6), 417-435.
- Potter, W. J. (2022). Analysis of definitions of media literacy. *Journal of Media Literacy Education*, 14(2), 27-43.
- Richardson, J. and Milovidov, E. (2022). *Digital Citizenship Education Handbook*. Strasbourg: Council of Europe. Available at: <https://rm.coe.int/prems-003222-gbr-2511-handbook-for-schools-16x24-2022-web-bat-1-/1680a67cab>

- Rogow, F. (2004). Shifting from Media to Literacy: One Opinion on the Challenges of Media Literacy Education. *American Behavioral Scientist*, 48, 1, 30-34. <https://doi.org/10.1177/0002764204267248>
- Sanches, T., Antunes, M. e Lopes, C. (2022). Referencial da Literacia da Informação para o Ensino Superior - Tradução autorizada para a língua portuguesa da Framework for Information Literacy for Higher Education, Association of College & Research Libraries (ACRL, 2015). Lisboa: BAD – Associação Portuguesa de Bibliotecários, Arquivistas, Profissionais da Informação e Documentação.
- UNESCO. (2021). Media and information literate citizens: think critically, click wisely! Paris: UNESCO
- UNESCO. (2022). Freedom of expression, media and Information literacy and digital competencies to support peace and human rights: thematic paper. Paris: France. Acedido a partir de: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000381532>
- Vuorikari, R., Kluzer, S. and Punie, Y., DigComp 2.2: The Digital Competence Framework for Citizens - With new examples of knowledge, skills and attitudes, EUR 31006 EN, Publications Office of the European Union, Luxembourg, 2022, ISBN 978-92-76-48883-5, doi:10.2760/490274, JRC128415.
- Wuyckens, G., Landry, N., & Fastrez, P. (2022). Untangling media literacy, information literacy, and digital literacy: a systematic meta-review of core concepts in media education. *Journal of Media Literacy Education*, 14(1), 168-182.