

Evolução e estado atual da Literacia para os media

Análise de Portugal no contexto Europeu



Publicações OberCom
Outubro 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

Evolução e estado atual da Literacia para os media. Análise de Portugal no contexto Europeu

DATA DA EDIÇÃO

Outubro de 2023

COORDENAÇÃO CIENTÍFICA

Gustavo Cardoso
Vania Baldi

COAUTORIA

Gustavo Cardoso
Vania Baldi
Paulo Couraceiro
Miguel Paisana
António Vasconcelos

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).

Índice

Introdução	4
1. Portugal no quadro das políticas europeias para a literacia para os media	7
2. Diagnóstico dos níveis de literacia para os media em Portugal	13
3. Diagnóstico sobre os projetos na área da literacia para os media.....	20
Conclusão	26

Introdução

Introdução

A era digital trouxe mudanças profundas na forma como a informação é produzida, consumida e disseminada. A literacia para os media, definida como a habilidade de aceder, analisar, avaliar e criar informação através de várias formas de media, tornou-se uma competência fundamental para a cidadania ativa e informada no século XXI. No contexto da União Europeia, a literacia para os media é vista como uma prioridade, e os Estados-membros, incluindo Portugal, têm trabalhado conjuntamente para promover essa competência entre os cidadãos.

Este relatório intitulado "Evolução e Estado Atual da Literacia para os Media: Uma Análise de Portugal no Contexto Europeu" é produzido no âmbito do envolvimento do OberCom no GILM – Grupo Informal sobre Literacia Mediática¹, e surge, de forma complementar, na sequência de um outro relatório “Literacia para os Media – Horizontes conceituais e mapeamento de atores e iniciativas em Portugal e no mundo”.² Parte da investigação descrita neste relatório foi produzida inicialmente como um contributo para o GILM, beneficiando do contributo e da discussão das diversas entidades que constituem o grupo.

No relatório que agora se apresenta, procura-se analisar a situação da literacia para os media em Portugal, explorando o quadro político europeu, fazendo um diagnóstico dos níveis de literacia no país e refletindo ainda sobre o panorama dos projetos na área. A estrutura do relatório é dividida em três partes principais:

¹ O GILM - Grupo Informal sobre Literacia Mediática é constituído pelas seguintes entidades: Agência LUSA, Centro Nacional de Cibersegurança (CNCS), Comissão Nacional da Unesco (CNU), Conselho Nacional de Educação (CNE), Direção-Geral de Educação (DGE), Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC), Escola Superior de Comunicação Social (ESCS-IPL), Fundação para a Ciências e Tecnologia (FCT), Instituto do Cinema e do Audiovisual (ICA), Observatório da Comunicação (OberCom), Plano Nacional de Leitura 2027 (PNL 2027), Rádio e Televisão de Portugal (RTP), Rede de Bibliotecas Escolares (RBE), Secretaria-Geral da Presidência do Conselho de Ministros (SGPCM) e Vítor Tomé (na qualidade de perito em Educação para a Cidadania Digital).

² [OberCom, março de 2023, Literacia para os Media – Horizontes conceituais e mapeamento de atores e iniciativas em Portugal e no mundo](#)

1. Portugal no quadro das políticas europeias para a literacia para os media: Esta parte contextualiza Portugal dentro do quadro europeu de políticas de literacia para os media, destacando o compromisso do país neste contexto e a colaboração com outros Estados-membros.

2. Diagnóstico dos níveis de literacia para os media em Portugal: Esta seção fornece um diagnóstico dos níveis de literacia para os media em Portugal, avaliando as competências dos cidadãos e identificando áreas que requerem mais atenção.

3. Diagnóstico sobre os projetos na área da literacia para os media: A terceira parte faz um diagnóstico dos projetos na área da Literacia para os media em Portugal e na União Europeia, incluindo o mapeamento das iniciativas, os desafios na avaliação, e a situação em Portugal.

É pertinente sublinhar que a presente análise não pretende ser exaustiva. As referências a estudos, projetos e instituições neste relatório são selecionadas com base na relevância e no acesso aos dados, e não esgotam a totalidade dos contributos existentes no campo da literacia para os media em Portugal. O objetivo deste relatório é fornecer uma visão global do panorama da literacia para os media em Portugal, dentro do contexto europeu, apoiada por um conjunto suficientemente amplo e diversificado de dados e fontes.

Em suma, o relatório mostra as complexas dinâmicas de intervenção e práticas para dinamizar a literacia para os media em Portugal e no contexto europeu. Apesar do compromisso ativo de Portugal no fomento da literacia para os media, os desafios persistem, incluindo políticas públicas unificadas, a avaliação do impacto, uma maior integração da literacia para os media no sistema educativo e responder às necessidades de públicos-alvo específicos.

1. Portugal no quadro das políticas europeias para a literacia para os media

1. Portugal no quadro das políticas europeias para a literacia para os media

Segundo a Comissão Europeia, “literacia mediática é a capacidade de aceder aos media, de compreender e avaliar de modo crítico os diferentes aspetos dos media e dos seus conteúdos e de criar comunicações em diversos contextos”³. A literacia para os media permite aos cidadãos consumir e criar conteúdos de maneira segura, ética e responsável, sendo também uma forma de combater a desinformação. É por isso uma área indispensável que também fortalece o jornalismo de qualidade e a confiança nas fontes de informação legítimas.

Na perspetiva da democracia, a literacia para os media contribui para a formação de cidadãos bem informados e com sentido crítico, e por isso mais capacitados para participar em debates públicos e exercer os seus direitos e responsabilidades cívicas. Dada a sua relevância, é crucial que haja empenho, através de políticas públicas convergentes e estruturadas, para cultivar e ampliar a literacia para os media.

Em Portugal, as políticas públicas nesta área ainda são incipientes, mas o programa do XXIII Governo Constitucional, que tomou posse a 30 de março de 2022, prevê para a área da comunicação social a criação de um Plano Nacional para a Literacia Mediática⁴.

Ao nível internacional, a literacia para os media tem sido alvo de uma preocupação e atenção crescente, sendo uma área de foco e desenvolvimento por parte de organismos globais, das instituições europeias, assim como de diversos países da União Europeia. Neste sentido, o anúncio de um Plano Nacional para a Literacia

³ [Comissão Europeia, 2009, Recomendações para a literacia para os media](#)

⁴ [Agência Lusa, 21 de abril de 2023, Plano Nacional para a Literacia Mediática arranca este ano - Pedro Adão e Silva](#)

Mediática em Portugal deve ser enquadrado no contexto internacional, e em particular europeu, nesta área.

A **Unesco** tem a funcionar desde 2013 a **Media and Information Literacy Alliance** ("MIL Alliance") com o objetivo de impulsionar o desenvolvimento e o impacto da literacia para os media a nível mundial, sobretudo ao nível de políticas públicas. Por exemplo, a Unesco em 2021 atualizou o **guia educativo de literacia dos media e da informação**⁵, sendo também responsável pela publicação em 2016⁶ de um documento focado no **desenvolvimento de políticas públicas**, em que apresenta um *framework* que pode inspirar o planeamento de políticas públicas no caso português, sendo esse *framework* composto por seis elementos, a saber:

- Criar **uma visão** da literacia dos media e da informação (MIL) e do seu papel e propósito;
- Encorajar o **consenso** sobre a visão por meio da identificação de incentivos e oportunidades para parcerias e colaborações;
- Identificar orientações de políticas públicas baseadas em **incentivos**, a partir do levantamento dos desafios enfrentados pelos atores envolvidos na promoção da literacia para os media;
- Identificar o conhecimento, as atitudes e as **competências** necessárias para a implementação da literacia dos media e da informação;
- Alocar os **recursos** necessários para a implementação da literacia dos media e da informação;
- Fornecer orientações para um **plano de ação**, monitorização e avaliação da implementação da literacia dos media e da informação.

⁵ [UNESCO, 2021, Media and information literate citizens: think critically, click wisely!](#)

⁶ [UNESCO, 2013, Media and information literacy: policy and strategy guidelines](#)

Ao nível europeu, a EPRA (European Platform of Regulatory Authorities), estabeleceu em 2021 uma *task-force* específica para a literacia mediática (EMIL)⁷. Por sua vez, a **ERGA (European Regulators Group for Audiovisual Media Services)**, apresentou num relatório⁸, também de 2021, algumas recomendações importantes quanto às melhores práticas em literacia para os media, elencando **seis princípios**:

- **Transparência**: em termos de objetivos, público-alvo, número de participantes ou envolvidos, ferramentas usadas, alcance geográfico, duração, responsáveis, parcerias, proveniência dos fundos, resultados;

- **Colaboração / multi-stakeholders**: o interesse multisectorial da literacia para os media implica uma abordagem baseada em projetos coletivos, tendo vantagens como contribuir para aumentar a divulgação, potenciar projetos a longo prazo, melhorar a qualidade dos conteúdos, promover uma abordagem comum, e facilitar o acesso aos fundos;

- **Foco no utilizador / cidadão**: as medidas de literacia para os media devem ter sempre em foco a necessidade de alcançar e envolver os cidadãos na sua diversidade, com conteúdos que sejam reflexo das suas experiências no dia-a-dia;

- **Alcance**: o alcance das iniciativas de literacia para os media deve ser pensado em termos de amplitude, procurando consciencializar para o tema máximo de pessoas possível, e em termos de profundidade, trabalhando com públicos-alvo específicos numa perspetiva de longo prazo;

- **Localização**: as diversas iniciativas de promoção de literacia para os media devem ser coerentes com as políticas dos Estados-Membros ao mesmo tempo que respeitam as sensibilidades específicas do contexto cultural, social e económico onde atuam;

⁷ [EPRA - European Platform of Regulatory Authorities, EMIL taskforce](#)

⁸ [ERGA, 2021, ERGA Media Literacy Report](#)

- **Avaliação:** é importante que todas as iniciativas de literacia para os media tenham uma componente de avaliação de modo a garantir a consistência das iniciativas e possibilitar o acompanhamento do impacto e da sua evolução ao longo do tempo.

Considerando alguns **exemplos de políticas públicas** para a literacia mediática nos países da União Europeia, é de destacar que a **Finlândia** tem um documento orientador das políticas públicas para a literacia para os media desde 2013 (revisto em 2019⁹), da responsabilidade conjunta do ministério da cultura e da educação. Também a **Irlanda** lançou em 2016 as bases para implementar políticas públicas nesta área, da responsabilidade do regulador audiovisual¹⁰. Já na **Bélgica** o documento mais recente, datado de início de 2022¹¹, emanou de um dos governos regionais (Fédération Wallonie-Bruxelles Government).

Também a **Comissão Europeia tem tido uma intervenção crescente** na área da literacia para os media. Das várias iniciativas é de destacar a criação em 2015 de um **Media Literacy Expert Group ("MLEG")**¹², que tem representantes de todos os Estados-membro e que se reúne anualmente. Em 2020, a União Europeia financiou a criação do **European Digital Media Observatory ("EDMO")**¹³, que se posiciona como um ponto de referência para a promoção de atividades europeias e nacionais de literacia para os media relacionadas com o problema da desinformação, sendo o IBERIFIER (do qual o OberCom faz parte) o consórcio ibérico¹⁴.

Mais recentemente, em 2023, a **Comissão Europeia apresentou orientações para a Literacia Mediática**¹⁵, no seguimento da última revisão da "Diretiva sobre Serviços de Comunicação Social Audiovisual" (DSCSA), formalmente conhecida como

⁹ [Ministry of Education and Culture, 2019, National media education policy, Media Literacy in Finland](#)

¹⁰ [BAI - Broadcasting Authority of Ireland, 2016, BAI launches Media Literacy Policy](#)

¹¹ [Fédération Wallonie-Bruxelles Government, 2022, Plan Éducation aux Médias](#)

¹² [European Commission, Media Literacy Expert Group](#)

¹³ [EDMO, Media literacy](#)

¹⁴ [IBERIFIER - Iberian Media Research and Fact-checking](#)

¹⁵ [European Commission, fevereiro de 2023, Commission publishes its media literacy guidelines](#)

Diretiva (UE) 2018/1808, que entrou em vigor a 18 de dezembro de 2018. Esta Diretiva, que exige que os Estados-Membros promovam e tomem medidas para desenvolver as competências de literacia para os media, trouxe consigo alterações significativas na legislação em Portugal. Em particular, resultou na Lei nº74/2020, que entrou em vigor em fevereiro de 2021, e que impactou diretamente a "Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido" (LTSAP ou "Lei da Televisão").

As mais recentes alterações em Portugal na "Lei da Televisão", vinculam, nomeadamente, os fornecedores de serviços de Plataformas de Partilha de Vídeo (PPV), assim como o serviço público de rádio e televisão, conferindo ainda responsabilidades à Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC). De acordo com a própria ERC, antes da transposição da DSCSA, não havia uma legislação específica em Portugal que determinasse claramente a responsabilidade dos órgãos de comunicação social em apoiar e desenvolver competências de literacia para os media. Adicionalmente, o n.º 2 do artigo 33.º-A da DSCSA, requer que os Estados-Membros reportem à Comissão Europeia, de três em três anos, sobre as ações de promoção e desenvolvimento da literacia para os media nos Estados-membros. Em Portugal é da responsabilidade da ERC a prestação dessa informação, tendo sido publicado em maio de 2023 o primeiro relatório sobre a Literacia Mediática em Portugal da entidade reguladora¹⁶.

O levantamento realizado pela ERC sobre a situação da literacia para os media em Portugal, assim como outros estudos e dados apresentados neste relatório, incluindo o último publicado pelo OberCom em março de 2023, "[Literacia para os Media – Horizontes concetuais e mapeamento de atores e iniciativas em Portugal e no mundo](#)", revelam que existe ainda um caminho a percorrer para fortalecer a literacia para os media em Portugal.

Apesar dos desafios, o futuro parece promissor. Isto deve-se ao reconhecimento cada vez maior por parte das instituições europeias e das autoridades nacionais da importância da literacia nacional, que convergem no sentido de criar políticas públicas

¹⁶ [ERC \(2023\). Relatório relativo à evolução das competências em Literacia Mediática em Portugal: setembro de 2020 - outubro de 2022](#)

estruturadas e abrangentes a nível nacional. Estas políticas pretendem incorporar os projetos atuais de literacia para os media, promovendo a cooperação entre as diferentes partes envolvidas. Além disso, procuram definir objetivos claros e criar sistemas de avaliação e monitorização. Tudo isto com o objetivo de fortalecer e expandir a literacia para os media de uma forma inclusiva e unificadora, considerando todas as suas facetas¹⁷ (educação para os media, literacia da informação, literacia digital, literacia algorítmica e muitas outras).

¹⁷ Para um aprofundamento da questão conceptual em torno da literacia para os media recomenda-se a consulta do relatório OberCom [“Literacia para os Media – Horizontes concetuais e mapeamento de atores e iniciativas em Portugal e no mundo”](#)

2. Diagnóstico dos níveis de literacia para os media em Portugal

2. Diagnóstico dos níveis de literacia para os media em Portugal

Os **primeiros estudos** exploratórios sobre avaliação de competências de literacia para os media em Portugal remontam a **meados dos anos 2000**, impulsionados por pesquisas no meio académico que procuraram medir os níveis de literacia¹⁸. Por exemplo num estudo exploratório de 2015¹⁹ dos 679 alunos inquiridos (a frequentar o último ano do ensino secundário), apenas 32 ficaram acima do ponto de referência estabelecido como avaliação positiva. Globalmente, esses estudos iniciais **revelaram “baixos resultados dos inquiridos”**, mas colocava-se a questão de saber se era consequência da imprecisão dos métodos de avaliação ou um sinal inequívoco da falta de conhecimento e competências de literacia.

Um outro estudo, realizado **em 2018**, envolveu um questionário online a uma amostra de 679 estudantes portugueses, entre 17 e 18 anos. O objetivo era determinar o conhecimento sobre os media e as suas competências de análise, interpretação e produção nos estudantes no seu último ano de ensino obrigatório. Os resultados sugeriram que **o conhecimento estava num nível básico**. Foi construída uma escala de literacia para os media composta por 3 níveis, baseada na performance dos alunos: cerca de metade (52%) situava-se no nível mais baixo da escala (obteve 29 pontos em 100 possíveis) e apenas 5% ficou no nível mais alto (acima dos 49 pontos). Entre as maiores dificuldades contavam-se a capacidade de reconhecer a propriedade das instituições dos media e a capacidade em explicar as diferentes fases de produção dos conteúdos por eles criados.²⁰

¹⁸ [Lopes et al. \(2015\). Avaliação de competências de literacia mediática: o caso português.](#)

¹⁹ [Universidade do Minho: Níveis de literacia para os media: Estudo exploratório com jovens do 12º ano \(uminho.pt\)](#)

²⁰ [Pereira, S., & Moura, P. \(2019\). Assessing media literacy competences: A study with Portuguese young people. *European Journal of Communication*, 34\(1\), 20-37.](#)

Os resultados preliminares do projeto COMEDIG (Competências de Literacia Digital e Mediática em Portugal), apresentados em 2022, também contribuíram para o diagnóstico. No âmbito deste projeto, foram avaliados 1781 alunos do ensino básico (do 1º ao 3º ciclo), até ao 9º ano de escolaridade, de escolas públicas e privadas. Ao nível das competências técnicas, verificou-se que o uso de ferramentas para pesquisa é transversalmente baixo, em todos os ciclos do ensino básico. Também o uso seguro dos media, apresenta resultados baixos, em particular entre os alunos do 1º ciclo (do 1º ao 4º ano de escolaridade). Por outro lado, ao nível da expressão (criação, comunicação, participação através dos media) a identificação das linguagens dos media e das instituições/processos de produção foram as que registaram a menor proporção de acertos.²¹

Já **em 2022** a ERC (Entidade Reguladora para a Comunicação Social), no âmbito do projeto EduMedia Test, um estudo comparativo de sete países, promoveu um inquérito em Portugal a 2636 jovens entre os 14 e os 18 anos, oriundos de 25 escolas públicas e privadas de todas as regiões do país. Neste estudo, os resultados indicam que os **jovens portugueses têm níveis de literacia para os media idênticos aos seus congéneres europeus**, revelando maiores competências ao nível da tecnologia, e mais debilidades ao nível da linguagem expressiva, e também da receção, e da produção e difusão. Em média, a pontuação alcançada pelos alunos foi de 14,45 pontos em 60,5 possíveis, sendo que as principais diferenças decorrem da idade, quanto mais velhos os alunos melhor a pontuação e, também, do nível de escolaridade da mãe, quanto maior a habilitação académica da mãe melhor o resultado.

Ao nível das conclusões, a ERC destaca “a contradição inerente ao facto de as escolas reduzirem a literacia mediática a uma mera competência digital” apontando que “as escolas tendem a oferecer a maior parte da sua formação na única dimensão em que os seus alunos já possuem capacidades” (as competências técnicas ligadas à tecnologia). Quanto às dimensões onde os alunos registaram pontuações mais baixas é mencionado que os resultados sugerem que os alunos “não estão familiarizados com

²¹ [COMEDIG - Seminário 2022 \(vídeo facebook\)](#)

o funcionamento, quer dos órgãos de comunicação social, quer das plataformas de conteúdos”.

Por sua vez, dados do projeto ySkills²², que acompanha as competências digitais de jovens alunos de seis países, entre os quais Portugal, reforçam que as **competências de comunicação e informação, assim como as de criação e produção de conteúdos, são aquelas que em que os jovens revelam maiores dificuldades**. Algumas das recomendações globais²³ passam por promover competências de navegação e processamento da informação online, promover o pensamento crítico (em particular no consumo de informação em fontes alternativas aos media tradicionais), e ter medidas específicas dirigidas a crianças em situação vulnerável ou de risco. Perante os fatores de desigualdade associados à literacia para os media, é ainda destacada a necessidade promover a inclusão social, por exemplo através de campanhas dirigidas a crianças e jovens com necessidades educativas especiais ou beneficiárias da Ação Social Escolar, ou a crianças refugiadas ou imigrantes.

Sobre as **vantagens de um maior conhecimento dos cidadãos sobre o funcionamento dos media**, um estudo²⁴ com dados de 2018 sobre o caso português apontava que a literacia noticiosa promove maior confiança nas notícias em geral, e maior desconfiança quando o conteúdo tem origem nas redes sociais, estando também associada a maior preocupação relativamente à legitimidade dos conteúdos online. Das quatro questões colocadas para medir a literacia noticiosa, 1/3 dos inquiridos falhou todas e outro terço acertou apenas numa resposta. As questões eram as seguintes: "qual dos media noticiosos não depende em grande parte de fundos publicitários para subsistir?" (Resposta: RTP, apenas 44,1% dos inquiridos sabiam a resposta certa), "Qual dos seguintes é normalmente responsável pela redação de um *press release* / comunicado de imprensa?" (Resposta: Um porta-voz de uma

²² [ySkills, Publications](#)

²³ [ySkills, janeiro de 2023, ySKILLS Policy Brief 3: Digital skills among children and young people. Vulnerabilities and at-risk situations](#)

²⁴ [Paisana, M., Pinto-Martinho, A., & Cardoso, G. \(2020\). Trust and fake news: Exploratory analysis of the impact of news literacy on the relationship with news content in Portugal. Communication & Society, 33\(2\), 105-117.](#)

organização, 32,5% de respostas certas) e "Como é decidido que conteúdos noticiosos são mostrados nos *newsfeed* do Facebook de cada utilizador?" (Resposta: Por análise computacional dos conteúdos que mais interessam a cada utilizador, 23,9% de respostas certas). Neste estudo foi verificado que as pessoas com graus académicos mais elevados tendem também a ter uma literacia mais elevada.

Em 2023, dados do Digital News Report Portugal²⁵ indicam uma **redução na proporção de indivíduos preocupados com as consequências negativas da personalização e curadoria de notícias através de algoritmos**. Em 2016, aproximadamente 62% dos utilizadores da internet em Portugal manifestavam preocupação em relação à possibilidade desse tipo de seleção algorítmica resultar na perda de informações importantes, enquanto 64% expressavam inquietação sobre a eventual restrição do acesso a opiniões distintas das suas. Já em 2023, esses valores diminuíram para 44% e 46%, respetivamente, sendo mais elevados entre os indivíduos com maiores níveis de escolaridade e rendimentos.

Perante um cenário de **massificação da inteligência artificial generativa** (de que são exemplos o ChatGPT ou o BARD), que acentuam as dinâmicas de personalização dos resultados de pesquisa de informação baseadas em preferências passadas, e criam **novos desafios** em termos de identificação das fontes de informação, torna-se necessário criar novas campanhas de literacia para os media. Estas devem, por um lado, aumentar a perceção pública sobre os potenciais efeitos negativos dos sistemas de inteligência artificial na informação noticiosa que os cidadãos recebem, e por outro lado, explorar boas práticas na sua utilização, devendo ainda, na discussão deste tema, valorizar o jornalismo e as notícias de qualidade.

Por outro lado, relativamente à **dimensão dos conhecimentos técnicos e operacionais da tecnologia** (aquela onde os alunos portugueses entre os 14 e os 18 anos manifestam mais competências), dados do Eurostat indicam que em 2022 88% dos cidadãos em Portugal têm acesso à internet²⁶, um valor ainda assim abaixo da média da União Europeia (93%) e 10 pontos percentuais abaixo de países como a

²⁵ [OberCom, junho de 2023, Digital News Report 2023](#)

²⁶ [Eurostat, dezembro de 2022, Digital economy and society statistics - households and individuals](#)

Holanda ou Finlândia (98%). Ao nível das competências digitais dos seus cidadãos, Portugal situa-se dentro da média da União Europeia, ocupando a 15ª posição entre os 27 Estados-Membros no âmbito do Digital Economy and Society Index (DESI)²⁷. Contudo, o relatório assinala que ainda existe um atraso significativo em relação aos Estados-Membros que demonstram um desempenho mais elevado neste domínio, sendo que em Portugal **apenas 55% dos cidadãos têm competências digitais básicas** (em termos de informação, comunicação, resolução de problemas, criação de conteúdos, e segurança).

Independentemente dos níveis de competência técnica, existem competências de análise crítica dos media que são essenciais para uma utilização consciente e útil dos media. Atualmente o contexto de comunicação passa por uma **centralidade dos dispositivos móveis e das redes sociais, sobretudo entre os mais jovens**, sendo que os estudos que procuram relacionar esse facto com o bem-estar dos jovens são reveladores da necessidade de uma maior literacia para os media. Num estudo²⁸ publicado em 2023 foram inquiridos 600 jovens adultos (entre os 20 e os 24 anos), e identificou-se que, em média, os jovens passam 5 horas e 35 minutos por dia ao telemóvel. Se forem descontadas as recomendadas 8 horas de sono, significa que em média os jovens adultos passam 1/3 do seu dia ao telemóvel, sendo 2 horas e 40 minutos em média passadas nas redes sociais. Esse elevado tempo nas redes sociais por parte dos jovens é transversal aos jovens entre os 15 e os 24 anos, de acordo com um inquérito da Marktest²⁹, que acrescenta que a utilização cai para metade entre os jovens provenientes de famílias com maiores rendimentos.

Uma das razões pelas quais os dados acima mencionados reforçam a necessidade de uma maior literacia para os media entre os jovens decorre da evidência de que **o tempo gasto em telemóveis e redes sociais está associado a potenciais problemas sociais, interpessoais, de saúde mental, cognitivos e**

²⁷ [Comissão Europeia, 2022, The Digital Economy and Society Index \(DESI\)](#)

²⁸ [Lapa et al., 2023, Olhar para além dos telemóveis para compreender o bem-estar dos jovens adultos portugueses. O Observatório Social, Fundação La Caixa.](#)

²⁹ [Meios e Publicidade, Outubro de 2012, Jovens e Classes C2 e D passam mais tempo nas redes sociais](#)

académicos³⁰. Num outro estudo de 2023³¹, realizado junto de 700 jovens entre os 10 e os 17 anos, 86% dos jovens admitia estar viciado nas redes sociais, sendo que nove em cada dez já as utiliza desde os 13 anos de idade, oito em cada dez prefere comunicar pelas redes sociais em vez de pessoalmente, e dois em cada cinco dizem que as redes sociais têm impacto negativo na sua saúde mental.

Neste sentido, um dos desafios atuais da promoção de uma maior literacia para os media entre os jovens passa por **aumentar as competências de compreensão e avaliação crítica** das mensagens e dos conteúdos que encontram nas redes sociais e noutros meios de comunicação, consciencializar sobre potenciais desinformações ou interesses por detrás das mensagens que consomem. Mas também passa por incentivar um uso equilibrado das tecnologias, analisa as causas sociais (familiares, económicas, educacionais, psicológicas ou outras) do uso excessivo e promover competências de comunicação interpessoal. Ao fazê-lo, os jovens podem tornar-se melhores consumidores e produtores de media, e também melhores cidadãos, aumentando o seu bem-estar e minimizando os riscos associados ao uso excessivo dessas tecnologias.

No plano internacional, o **Media Literacy Index**³² da European Policies Initiative (EuPI) e do Open Society Institute – Foundation Sofia (OSI-Sofia), que utiliza indicadores diversos, desde a liberdade de imprensa, aos resultados dos testes PISA, passando por níveis de confiança interpessoal, colocava **em 2022 Portugal em 14º lugar numa lista de 41 países**. Contudo, este índice, tendo o mérito de dar uma dimensão comparativa ao fenómeno da literacia para os media, reflete nos indicadores utilizados as dificuldades metodológicas na medição da literacia para os media.

³⁰ [Lapa et al., 2023, Olhar para além dos telemóveis para compreender o bem-estar dos jovens adultos portugueses. O Observatório Social, Fundação La Caixa.](#)

³¹ [Público, maio de 2023, Nove em cada 10 jovens usam redes sociais desde os 13. Pais não sabem o que fazer.](#)

³² [Open Society Institute Sofia / European Policies Initiative, Outubro de 2022, Policy Brief 57, How it started, How it is going: Media Literacy Index 2022.](#)

Tabela resumo com dados de análise e diagnóstico dos níveis de literacia para os media em Portugal

Ano	Universo / amostra	Conclusão em destaque
Assessing media literacy competences (2018)	Jovens alunos portugueses entre os 17 e os 18 anos	Níveis de literacia baixos, cerca de metade dos alunos (52%) ficou abaixo dos 29 pontos (em 100 possíveis) e apenas 5% teve mais de 49 pontos. Entre as maiores dificuldades contam-se a capacidade de reconhecer a propriedade das instituições dos media e ser capaz de explicar as diferentes fases de produção dos conteúdos que criam.
COMEDIG (2022)	Jovens alunos do ensino básico	Identificou-se baixo uso de ferramentas de pesquisa e segurança nos media, especialmente entre alunos do 1º ciclo. A identificação das linguagens dos media e dos processos de produção teve a menor proporção de acertos.
EduMedia Test (2022)	Jovens alunos portugueses entre os 14 e os 18 anos	Níveis de literacia globalmente baixos (14,45 pontos em 60,5 possíveis), mas idênticos aos seus congéneres europeus, revelando melhores competências ao nível da tecnologia, e mais debilidades ao nível da linguagem, e também da receção e da produção e difusão.
YSkills (2022)	Jovens alunos portugueses entre os 12 e os 17 anos	As competências em que os jovens reportam maiores dificuldades são as de comunicação e informação (38% numa escala de 0 a 100), assim como as de criação e produção de conteúdos (42%).
Inquérito Dove (2023)	Jovens entre os 10 e os 17 anos	86% dos jovens admitia estar viciado nas redes sociais, sendo que nove em cada dez já as utiliza desde os 13 anos de idade, oito em cada dez prefere comunicar pelas redes sociais em vez de pessoalmente, e dois em cada cinco dizem que as redes sociais têm impacto negativo na sua saúde mental.
Olhar para além dos telemóveis... (2023)	Jovens adultos portugueses entre os 20 e os 24 anos	42% dos jovens assumia uma utilização problemática do telemóvel (incapaz de controlar o seu uso), sendo que estes jovens apresentam níveis mais baixos de bem-estar.
Trust and Fake News... (2018)	População portuguesa	Das quatro questões colocadas para medir a literacia noticiosa, 1/3 dos inquiridos falhou todas e outro terço acertou apenas numa resposta.
Digital News Report Portugal (2023)	População portuguesa	Entre 2016 e 2023 registou-se uma redução na proporção de indivíduos preocupados com as consequências negativas da personalização e curadoria de notícias através de algoritmos. Menos de metade dos portugueses em 2023 dizem-se preocupados com a seleção algorítmica poder resultar na perda de informações importantes (44% dizem-se preocupados) ou com o menor acesso a opiniões distintas das suas (46%).
Digital Economy and Society Index (2022)	União Europeia, incluindo Portugal	Portugal ocupa a 15ª posição entre os 27 Estados-membros, sendo que apenas 55% dos portugueses têm competências digitais básicas (em termos de informação, comunicação, resolução de problemas, criação de conteúdos, e segurança).
Media Literacy Index (2022)	41 países, incluindo Portugal	Índice que utiliza indicadores diversos, desde a liberdade de imprensa, aos resultados dos testes PISA, passando por níveis de confiança interpessoal, colocava em 2022 Portugal em 14º lugar numa lista de 41 países.
Monitoring Media Pluralism In The Digital Era (2022)	Estados Europeus, incluindo Portugal	O indicador da literacia para os media (entendida como forma de inclusão social) apresentava um risco médio para o pluralismo dos media em Portugal (46% numa escala de 0 a 100%).

Edição: OberCom

3. Diagnóstico sobre os projetos na área da literacia para os media

3. Diagnóstico sobre os projetos na área da literacia para os media

No âmbito da crescente consciencialização dos poderes públicos para a importância da literacia dos media, torna-se cada vez mais evidente a **necessidade de articular os projetos existentes e promover a colaboração entre múltiplos stakeholders**.

Nessa perspetiva, centrado nas iniciativas e projetos de literacia para os media, um relatório do Observatório Europeu do Audiovisual³³ fez um mapeamento das iniciativas mais significativas dos Estados-membros da União Europeia. Nesse relatório, produzido em 2016, foram identificados 547 projetos de literacia para os media a nível europeu (de investigação, recursos, campanhas, concessão de financiamento, plataformas de colaboração, desenvolvimento de políticas, ou envolvimento dos utilizadores finais) sendo que o **apoio direto aos cidadãos foi considerado uma prioridade entre os projetos identificados**, sobretudo através de recursos disponibilizados em diferentes formatos (ex. folhetos informativos, vídeos, módulos curriculares, websites), que foi o tipo de projeto mais comum (173 em 547), seguido de projetos que envolviam diretamente os utilizadores finais (107), por exemplo apoiando ou dando formação a grupos de cidadãos. Em termos de competências desenvolvidas nesses projetos as mais comuns foram o pensamento crítico (promovida em 403 dos 547 projetos) e o uso dos media (385).

Outras conclusões relevantes desse estudo passam pelo **trabalho em parceria enquanto aspeto fundamental para a realização de um projeto significativo** (228 dos 547 projetos foram considerados colaborativos), e pela identificação de uma escassez de projetos direcionados a públicos em idade avançada. É ainda de destacar o **papel ativo da sociedade civil** nos projetos de literacia para os media (305 dos 939 *stakeholders* identificados a nível europeu emanavam da sociedade

³³ Conselho da Europa, 2016. Mapping of media literacy practices and actions in EU-28

civil), sendo que mais 2/3 dos principais *stakeholders* não tinham responsabilidades estatutárias em matéria de literacia para os media.

Quanto às **dificuldades metodológicas** identificadas na elaboração deste relatório europeu, algumas delas poderiam ser transpostas para o caso português, a saber:

- A ausência de um quadro de avaliação comum que permita fazer comparações eficazes entre um leque diversificado de projetos de literacia para os media;
- A ausência de uma definição universalmente aceite de literacia para os media, o que resulta em diferenças de perceção e análise na forma como este conceito é entendido;
- A ausência de uma noção comum do que constitui um projeto "significativo" [o tamanho ou características do público-alvo, os custos do projeto, os resultados, a visibilidade pública ou mediática do projeto, o nível de envolvimento do público-alvo no projeto, etc.]

A ERC, no relatório a entregar à Comissão Europeia³⁴, fez um mapeamento da realidade portuguesa 2023, e deparou-se com estes problemas metodológicos. Na prática verificou que a identificação de projetos e iniciativas de literacia para os media revela-se desafiante, uma vez que alguns projetos com objetivos de literacia para os media podem surgir sob outras designações; podendo ainda ocorrer o inverso, ou seja, haver projetos que dizem contribuir para a literacia para os media, mas não o fazerem ou fazerem-no apenas de forma marginal e secundária (ERC, 2023: pp.150).

No relatório europeu acima mencionado³⁵, eram identificados 20 projetos significativos no contexto português, sendo que **em 2023, um trabalho do OberCom,³⁶ identificou mais de 30 projetos e iniciativas ligados à literacia para**

³⁴ [ERC \(2023\). Relatório relativo à evolução das competências em Literacia Mediática em Portugal: setembro de 2020 - outubro de 2022](#)

³⁵ [Conselho da Europa, 2016. Mapping of media literacy practices and actions in EU-28](#)

³⁶ [OberCom, março de 2023. Literacia para os Media – Horizontes conceituais e mapeamento de atores e iniciativas em Portugal e no mundo](#)

os media em Portugal, retratando um campo dinâmico, com múltiplos *stakeholders*, sobretudo ligados a instituições públicas ou universidades, que convergem em redes como o GILM – GILM – Grupo Informal sobre Literacia Mediática.

Em Portugal, tem havido uma aposta crescente na formação de alunos, educadores e professores na área da literacia para os media, sendo um tema presente nos currículos escolares. Contudo, no ensino obrigatório (até ao 12º ano de escolaridade), a literacia para os media não é uma disciplina autónoma, sendo integrada na disciplina educação para a cidadania e desenvolvimento, e apenas obrigatória em dois ciclos do ensino básico, destinados a alunos com idades entre 6 e 15 anos.

A atividade da **Direção Geral de Educação (DGE)** e da **Rede de Bibliotecas Escolares (RBE)** são reflexo dessa aposta crescente nesta área, destacando-se a existência de padrões definidos em referenciais (com objetivos e critérios de desempenho para os diversos níveis educativos) que apoiam os professores/formadores na definição dos conteúdos a lecionar e na avaliação dos alunos. A DGE, tem produzido documentos incontornáveis, como o “Referencial de Educação para os Media (2014)”³⁷, a “Estratégia Nacional de Educação para a Cidadania (2017)”³⁸ ou o “Perfil dos Alunos à Saída da Escolaridade Obrigatória” (2017)³⁹. Por sua vez, no caso da **Rede de Bibliotecas Escolares (RBE)**, destaca-se em particular o referencial “Aprender com a Biblioteca Escolar”⁴⁰, publicado em 2013 (e atualizado em 2017), que disponibiliza ainda um conjunto de recursos para a sua implementação, diretamente relacionados com a literacia para os media⁴¹.

Ao nível dos mais de 30 projetos e iniciativas existentes em Portugal alguns são ilustrativos da vivacidade desta área. Por exemplo, os **7 dias com os media**⁴², um projeto de cooperação entre diversas instituições que anualmente durante entre 3 e

³⁷ [Ministério da Educação e Ciência, Direção Geral de Educação, 2014, Referencial de educação para os media](#)

³⁸ [XXI Governo Constitucional, Direção Geral de Educação, 2017, Estratégia Nacional de Educação para a Cidadania](#)

³⁹ [Direção Geral de Educação, 2017, Perfil dos alunos à saída da escolaridade obrigatória](#)

⁴⁰ [Rede de bibliotecas escolares, Aprender com a biblioteca escolar](#)

⁴¹ [Rede de bibliotecas escolares, aprender com a biblioteca escolar: atividades e recursos](#)

⁴² [GILM, Iniciativa 7 dias com os média](#)

9 de maio procura sensibilizar e envolver todos os cidadãos em atividades relacionadas com literacia para os media. Outro exemplo, o projeto **Público na Escola**⁴³, é um instrumento formativo de apoio às atividades escolares na área da literacia para os media. Também a plataforma **Lemel**⁴⁴, lançada pelo Governo em 2021, merece destaque, funcionando como agregador de recursos e de conteúdo educativo. Por fim, pode-se mencionar os **congressos bianuais promovidos pelo GILM** (GILM – Grupo Informal sobre Literacia Mediática), que reúnem múltiplos *stakeholders* para debater temas da atualidade nesta área e que na edição de 2023 foi dedicado à “transição digital e políticas públicas”⁴⁵.

Também a ERC, no relatório publicado em 2023, identificou uma variedade grande de intervenientes que implementam medidas e ações para fomentar as competências de literacia para os media, alguns dos quais têm uma vasta experiência nesta área, sendo exemplo o supracitado GILM, do qual tanto a ERC como o OberCom fazem parte (em conjunto com outra dezena de instituições) na qualidade de membros permanentes.

Como aspeto menos positivo, a ERC destaca que existe pouco investimento na avaliação de impacto, sendo as avaliações que existem tendencialmente quantitativas, “baseada em números de destinatários alcançados e/ou baseada em autoperceções e autoavaliações desses destinatários” (ERC, 2023: pp.150). Acresce ainda que nos anos mais recentes, é de observar nas medidas/atividades destacadas um claro enfoque em iniciativas voltadas principalmente para a luta contra a desinformação online e para a promoção de competências digitais, o que pode ter negligenciado outras áreas importantes (ERC, 2023: pp.156).

Apesar da proliferação de projetos e iniciativas, é de destacar ainda a necessidade de **criar linhas orientadoras ao nível das políticas públicas** e canais institucionais de comunicação e colaboração, que possibilitariam uma melhor coordenação de esforços e uma otimização das iniciativas para atender às necessidades da população

⁴³ [Público, Iniciativa Público na escola](#)

⁴⁴ [Secretaria-Geral da Presidência do Conselho de Ministros, Literacia e Educação para os media em linha](#)

⁴⁵ [GILM, Congresso Literacia, Media e Cidadania](#)

em relação à literacia para os media, sobretudo de públicos-alvo, contextos geográficos ou socioprofissionais identificados como prioritários.

Tabela resumo com dados de análise e diagnóstico dos níveis de literacia para os media em Portugal

Ano	Universo / amostra	Conclusão em destaque
Mapping of media literacy practices and actions in EU-28 (2016)	Projetos de literacia para os media na União Europeia, incluindo Portugal	Foram identificados 547 projetos de literacia para os media a nível europeu (de investigação, recursos, campanhas, concessão de financiamento, plataformas de colaboração, desenvolvimento de políticas, ou envolvimento dos utilizadores finais) sendo que o apoio direto aos cidadãos foi considerado uma prioridade entre os projetos identificados, sobretudo através de recursos, que foi o tipo de projeto mais comum (173 em 547), seguido de envolvimento dos utilizadores finais (107)
Literacia para os Media: Horizontes... – OberCom (2023)	Projetos de literacia para os media em Portugal	Foram identificados mais de 30 projetos e iniciativas ligados à literacia para os media em Portugal
Literacia mediática em Portugal... – ERC (2023)	Projetos de literacia para os media em Portugal	Existe uma grande variedade e de intervenientes que implementam medidas e ações para fomentar as competências de literacia para os media, mas a avaliação de impacto está pouco desenvolvida e existe um excesso de concentração nas temáticas da desinformação e das competências digitais.

Edição: OberCom

A ausência de políticas públicas é uma das lacunas apontadas pelo projeto “Monitoring Media Pluralism In The Digital Era”, formado por um grupo de investigadores auxiliado por um grupo de peritos. No relatório de 2022⁴⁶ o indicador da literacia para os media (entendida como forma de inclusão social) apresentava um

⁴⁶ [CMPF - Centre for Media Pluralism and Media Freedom, 2017, Monitoring Media Pluralism in Europe](#)

risco médio para o pluralismo dos media (46% numa escala de 0 a 100%). Do lado positivo, referia-se a “crescente proatividade” da sociedade civil em termos de educação não-formal na área da literacia para os media, assim como a existência de “programas de formação em educação para os media e cidadania digital para professores” ou a presença da literacia para os media nos currículos escolares. Contudo, de acordo com os autores do relatório, **ainda há um importante caminho a percorrer em Portugal**, sobretudo ao nível da “continuada ausência de políticas públicas coerentes e unificadas”, e da “maior proeminência da literacia para os media em contexto escolar”.

Conclusão

Conclusão

A análise extensiva do estado atual da literacia para os media em Portugal, inserida no contexto europeu, evidencia um campo dinâmico, multifacetado, e em constante evolução. Os esforços no sentido de promover a literacia dos media, tanto a nível nacional como europeu, têm sido marcados por iniciativas significativas, envolvendo diversos *stakeholders*, como governos, instituições educativas, sociedade civil, e centros de investigação.

Apesar destes avanços, a ausência de um quadro de avaliação comum, a falta de definição universal do conceito de literacia para os media, e a necessidade de melhor identificar o que constitui um projeto "significativo" são obstáculos que dificultam uma abordagem harmonizada.

Em Portugal, embora exista um esforço louvável na promoção da literacia para os media, com mais de 30 projetos e iniciativas identificados, a ausência de políticas públicas coerentes e unificadas representa uma lacuna que precisa ser abordada. Além disso, persistem níveis de literacia para os media globalmente baixos e a avaliação de impacto continua a ser limitada, havendo a necessidade de dar maior destaque à literacia para os media no percurso escolar dos alunos e, ainda, de aumentar os projetos e iniciativas dirigidos aos públicos não escolares, uma vez que a literacia para os media tem de estar presente na aprendizagem ao longo da vida.

Em conclusão, a análise reflete um panorama de progresso contínuo e de compromisso entre vários atores sociais com a literacia para os media em Portugal. No entanto, é necessário um esforço coordenado para superar os desafios metodológicos, alinhar as iniciativas e projetos com um quadro de referência comum, investindo em políticas públicas robustas que sustentem um desenvolvimento harmonioso neste campo vital, beneficiando a sociedade em geral, e respondendo às necessidades de públicos-alvo específicos.



IBERIFIER
Iberian Media Research
& Fact-Checking

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