

# LITERACIA PARA OS MEDIA E CIDADANIA

## 1. Dimensões Conceituais da Literacia Mediática

### Literacia Mediática

- 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. Pressupõe uma formação/aprendizagem prévia e um levantamento constante de questões, de modo a proteger cada cidadão face aos media.
- Habilidade para identificar, entender, interpretar, criar, comunicar e monopolizar, usando materiais escritos ou impressos associados a vários contextos.
- Através desta disciplina, os cidadãos conseguirão trabalhar o seu espírito crítico, reflexivo e ético. Trata-se, portanto, de um conhecimento que protege e capacita.
- Ajuda tanto nos hábitos mentais que constrói como nas ferramentas que fornece.

### O que não é Literacia Mediática

- educação pelos media, educação para os media, tecnologia educativa (TIC na educação), comunicação educativa.
- a educação para os media é vista como um processo em busca de um resultado, isto é, a literacia para os media.

### Literacia Digital

- tem ganho relevo nos últimos anos graças aos avanços tecnológicos, sendo usada como um sinónimo para “saber aceder e usar as tecnologias e as aplicações digitais”. É, com frequência, valorizada a técnica, tecnologia e o digital em detrimento da vertente da análise crítica. A literacia mediática, sendo um termo mais amplo, acaba por incluir esta vertente.

### Importância da Literacia Mediática:

- Inclusão de todos os cidadãos e promoção de uma cidadania ativa;
- Preparar as crianças e jovens para serem consumidores de produtos mediáticos;
- Incentivo à democracia;

### Literacia da Informação $\neq$ Literacia para os Media

- Enquanto que a primeira enfatiza a importância do acesso à informação, à avaliação e ao uso ético das informações, a segunda enfatiza a capacidade de entender as funções dos media, avaliar como essas funções são concretizadas e o envolvimento racional com os media para a autoexpressão.

### Media and Information Literacy (MIL)

- Compreender o papel e as funções dos media e de outras fontes de informação nas sociedades democráticas;
- Avaliar criticamente a informação e o conteúdo dos media e de outras fontes de informação, incluindo as da internet, em termos de autoridade, credibilidade e propósito;
- Comunicar a um determinado público, de forma ética e responsável, a sua compreensão sobre o conhecimento produzido, de forma apropriada e através dos meios adequados;
- Ser capaz de aplicar as capacidades de uso das tecnologias para processar informação e produzir conteúdo;
- Envolver-se com os media e com outras fontes de informação, incluindo a internet, para a autoexpressão, liberdade de expressão, diálogo intercultural e participação democrática;

## **Transliteracia**

- Conceito que exprime a necessidade de convocarmos competências de várias literacias (televisiva, filmica, da publicidade, da imprensa, etc.) para sermos considerados literados no século XXI e conseguirmos lidar com uma panóplia de meios e de ambientes mediáticos.

## **2. Importância da Literacia Mediática**

### **Importância da Literacia Mediática**

- Preparar os cidadãos para a presença e influência constante dos media a todos os níveis: social, cultural, educativo, político, económico e pessoal (opiniões, crenças, comportamentos);
- Promoção de uma sociedade mais democrática;
- Levar os cidadãos a procurar informações de qualidade dentro da saturação mediática atual;
- Trabalhar as competências dos cidadãos para fazer face aos novos riscos e desafios da era digital;
  - A literacia para os media não é só uma questão de uso dos dispositivos, mas também de compreensão dos modos de atuação dos mesmos.

### **Competências exigidas pela/na sociedade digital**

- Capacidade de leitura e análise crítica dos media, dos seus conteúdos e produtos, bem como do seu funcionamento;
- Capacidade de intervenção ética e de participação cívica;

## **3. Enquadramento Internacional e Nacional da LM**

### **Enquadramento Internacional e Nacional da LM**

- **Pós-guerra**, onde os media desempenham um papel fundamental no quotidiano dos cidadãos, produzindo efeitos políticos, culturais e ideológicos (influência ideológica);
- **Anos 50/60**, onde é desenvolvida uma vertente estética da educação para os media. Esta mudança tinha como objetivos compreender a televisão, o cinema e o audiovisual, aprender a sociedade e a pessoa, resistir à exploração comercial, desenvolver a autoexpressão através da palavra/desenho/filme.
- **Anos 70/80**, onde o papel da UNESCO se torna crucial. É defendida uma educação para os media como algo prioritário. Faz-se, também, uma distinção entre acesso aos media e uso dos mesmos.
- Nas **últimas décadas**, dá-se uma enorme transformação nos sistemas mediáticos graças à internet/redes sociais. As informações crescem exponencialmente e é feita uma reconfiguração do “lugar” do cidadão-utilizador de informação.

### **Orientações políticas (e ideológicas) da LM a nível internacional**

- A literacia para os media como um conceito geral no que diz respeito à cidadania e à participação num novo ambiente mediático VS A literacia digital para adaptação, formação e captação em termos de TIC e da sociedade da informação.
- Literacia para os media a partir de uma abordagem tecnológica VS a literacia mediática a partir de uma abordagem humanista e social/cívica.
- Enfoque em capacidades e competências tecnológicas VS enfoque numa abordagem cultural e ecológica mais ampla.

- Literacia para os media como um assunto relativo às crianças e às novas gerações VS a literacia mediática como um assunto de e para todos, incorporado na aprendizagem ao longo da vida.

### **Declaração de Grunwald, 1982 (UNESCO)**

- Reconhecimento (mais do que condenação ou enaltecimento) do papel dos media;
- Importância dos media na promoção da cultura contemporânea e sua função instrumental na promoção da participação ativa do cidadão na sociedade;
- Ênfase na responsabilidade dos sistemas nacionais de promoverem nos cidadãos:
  - Compreensão crítica dos media;
  - Potencial dos media na promoção da expressão criativa e da participação dos cidadãos;
- Definição de linhas de ação para o futuro;

## **4. Orientações teórico-práticas da literacia mediática**

### **Quatro Perspetivas/Abordagens**

#### **Anos 50/60**

**Protetora:** carga muito negativa, mediocentrica, saber para defender.

- Crença nos efeitos dos media/das tecnologias (início na televisão/cinema);
- Perceção/hipervalorização dos riscos (psicológicos, culturais, etc.);
- Visão das audiências como passivas, potenciais ou reais vítimas, teoria do “déficit”;
- Variante: conhecer os riscos, as técnicas de manipulação;

Media onipotentes para Pessoas/Cultura desguarnecidas. Educação para o desenvolvimento de competências discriminatórias (morais e estéticas). Formação de um escudo protetor das pessoas e da cultura.

#### **Anos 70/80**

**Estética:**

- Muito centrada na imagem e no audiovisual (fotografia, televisão, cinema, etc.);
- Foco na linguagem: gramática, processos de produção de significado, géneros, composição, ângulo, códigos, convenções.
- Preocupação com a cultura ilustrada, a aprendizagem do “gosto”, a elevação dos padrões de apreciação.

Media dominantes face a pessoas manipuláveis. Perspetiva mediocentrica. Educação para o desenvolvimento de consciência crítica e informada. Conhecimento do modo como operam os media e constroem a realidade.

#### **Tecnológica/Modernizadora**

- Tecnologias educativas/educacionais;
- A sua inscrição nos curricula significou uma rutura com uma desconfiança dos pedagogos relativamente à técnica;
- A inovação (pedagógica) assente na modernização tecnológica;
- Fundada em postulados tecnologicamente deterministas. Crença desmesurada na tecnologia (acreditam que a tecnologia resolve tudo);

#### **Anos 90**

**Capacitadora:** inclui a perspetiva protetora (mas o oposto não ocorre).

- Revolução no ambiente e cultura mediáticos na última década;
- Da perspetiva mediocentrica para uma perspetiva sócio-cêntrica;

- Necessário desenvolver novas competências e capacidades;
- Do afastamento à abertura aos media;
- Prevenção através da capacitação: pensadores críticos e produtores criativos.

Media (textos) para Utilizadores (competências). Educação para a promoção de competências de processamento de mensagens e produção de sentidos relevantes. Capacitação dos utilizadores/cidadãos.

### **Argumentos que permitem uma passagem da perspetiva protetora para uma perspetiva capacitadora:**

- mesmo tentando impedir crianças e jovens de visualizar determinados conteúdos, estas acabar sempre por encontrar mecanismos para contornar a situação;
- os media, nomeadamente a internet, só se tornam um risco em situações de fake news. Em outras condições, representam uma mais-valia;
- nem todos os riscos representam danos concretos. É necessário medir as situações;
- quanto mais as pessoas são expostas aos riscos, mais aprendem a lidar com eles (situações de confronto direto);

## **5. O contexto português e o percurso português**

### **O contexto e o percurso português**

- Iniciativas fragmentadas e dispersas (de escolas, bibliotecas universidade, entidades ministeriais e alguns media).
- Principais atores: associações bibliotecas, empresas, ensino superior, governo, media, etc.
- Atores-Sujeito de iniciativas: Estado, sociedade e mercado.
- Áreas de envolvimento: internet e redes sociais, publicidade, videojogos, cinema, meios audiovisuais, informação/jornalismo.
- Contextos de desenvolvimento: saúde, cultura, educação/escola, ambiente, família, bibliotecas/organismos públicos.

### **Sobre Literacia Mediática:**

- As mensagens mediáticas são sempre uma construção, uma representação da realidade (não a realidade em si);
- Um jornalista deve procurar ser objetivo e imparcial. No entanto, e porque o texto é também uma construção da realidade, isto é praticamente impossível;
- Enquanto leitores, temos a responsabilidade de questionar a informação e proceder à sua verificação.

## **6. Modelos conceituais e formas de abordagem**

### **Modelo 5 C's: UNESCO**

- Cultura, pensamento crítico, criatividade, compreensão dos media e cidadania.
- Um grau mais elevado de literacia mediática contribuirá significativamente para uma economia do conhecimento mais competitiva, mas que ao mesmo tempo contribua para uma sociedade da informação mais inclusiva.

### **Cidadania informada, crítica e esclarecida:**

- Cultural: alargar as experiências do público com diferentes tipos de media e de conteúdos mediáticos;

- Compreensão/Crítico: desenvolver capacidades de leitura, análise e compreensão críticas dos media;
- Criativo: desenvolver as capacidades criativas no uso dos media para a expressão, comunicação, participação e debate público.

## 7. Desinformação e Notícias Falsas

- Pós-verdade diz respeito às circunstâncias em que os factos têm menos influência na formação da opinião pública do que os apelos emocionais e as opiniões pessoais.
- O uso da palavra foi alimentado pela ascensão das redes sociais como fonte de informação e a crescente desconfiança face aos factos apresentados pelo poder estabelecido.

### Desinformação

- Inclui todas as formas de informação falsa, imprecisas ou danosas concebidas, apresentadas e promovidas para causar intencionalmente danos públicos ou lucro. Não abrange questões decorrentes da criação e divulgação online de conteúdo ilegal (nomeadamente difamação, discurso de ódio, incitação à violência), sujeitas a medidas regulatórias sob as leis da UE ou nacionais. Não abrange outras formas de distorções deliberadas, mas não enganosas de factos como a sátira ou a paródia.

**Mis-informação:** notícias falsas;

**Dis-informação:** conteúdo falso, fabricado e com recurso a manipulação; considerado danoso;

**Mal-informação:** considerado danoso, discursos de ódio, fugas de informação;

### Elementos da desordem informativa

- Agente: quem foram os agentes que criaram, produziram e distribuíram a mensagem e qual foi a motivação?
- Mensagem: que tipo de mensagem era essa? Que formato foi usado? Quais são as suas características?
- Intérprete: quando a mensagem foi recebida, como foi interpretada? Que ação foi tomada?

### Fases da desordem informativa

- Criação: a mensagem é criada;
- (Re)Produção: a mensagem é transformada num produto mediático;
- Distribuição: a mensagem é distribuída ou tornada pública;

### Motivações

- Financeira: lucrar com a desordem informativa através da publicidade;
- Política: desacreditar um candidato político numa eleição e outras tentativas de influenciar a opinião pública;
- Social: relacionar-se com um determinado grupo online ou offline;
- Psicológica: procurar prestígio ou reforço;
- Humor/diversão: informação humorística e satírica;

**Modos de combater a desinformação:** literacia mediática e literacia para as notícias (“higiene informativa”); organizações de fact-checking; iniciativas de promoção da leitura crítica da informação; medidas adotadas por alguns gigantes tecnológicos.

- A literacia para as notícias refere-se ao conhecimento sobre como as notícias são feitas: quem as faz, como são selecionadas e como são financiadas. Trata-se de compreender o que é

confiável e o que não é. Não são só as escolas que estão encarregues da educação para os media. Os próprios media precisam de ser transparentes e rigorosos no modo de atuação.

### **Cinco princípios para avaliar a informação**

- Ser cético: não dar por garantido que o que lemos/vemos/ouvimos é verdadeiro. Questionar o que temos à disposição, contrariamente aos cínicos (que nada questionam).
- Adotar uma escala de credibilidade: atribuir a mesma credibilidade a um jornal conhecido e a um site desconhecido;
- Investigar: procurar saber mais sobre o tema - pesquisar sobre o órgão de comunicação, sobre o autor, consultar outras fontes;
- Sair da zona de conforto: ir além das nossas convicções, procurar outros ângulos e pontos de vista sobre a mesma questão;
- Aprender técnicas mediáticas: ir para lá do domínio técnico, saber a que estratégias os media recorrem para persuadir, manipular, cativar, vender.

### **Aplicando algumas dimensões do modelo do BFI à análise das notícias falsas:**

#### **Representação e Categorias**

- Como são apresentadas as notícias falsas? Comparar com outras formas de representação dos factos;
- Qual a representação social das notícias falsas?
- Como e por quem são identificadas as notícias falsas como um problema social?

#### **Linguagens**

- Identificar o tipo de linguagens e de design visual das notícias falsas e comparar com outras fontes oficiais;
- Identificar e analisar o tipo de imagens utilizado;
- Identificar e analisar o tipo de publicidade que envolvem;

#### **Produção**

- Compreender como são produzidas as notícias falsas e por quem;
- Identificar as motivações por detrás da produção das notícias falsas;
- Identificar os principais meios de circulação e propagação;

#### **Audiências**

- Procurar rastrear alguns casos de notícias falsas - verificar como e por quem são propagadas;
- Analisar até que ponto as pessoas acreditam ou confiam nas notícias falsas;
- Compreender se as pessoas sabem identificar se uma notícia é falsa;

## **8. Empresas Tecnológicas, Algoritmos e Bolhas de Filtro**

**Bolha de Filtro:** são mecanismos de previsão, que constantemente criam e refinam a teoria de quem somos e o que faremos/desejamos a seguir. Juntos, esses mecanismos criam um universo único de informações para casa um de nós, o que fundamentalmente altera a maneira como encontramos ideias e informações. Controla o que (não) vemos. Afetam a maneira como pensamos e aprendemos. Se quisermos saber como o mundo realmente se parece, precisamos de entender como os filtros moldam e distorcem a visão de temos do mundo.

**Câmaras de Eco:** as ideias são amplificadas ou reforçadas pela comunicação. Circulação e repetição de informação dentro de um sistema definido. Não se questionam as fontes e as

opiniões diferentes não são aceites - são censuradas, ridicularizadas e desautorizadas. Formação de opiniões e de grupos polarizados (papel da propaganda).

**Capitalismo Digital:** compreender hoje os media requer reconhecer a complexidade das formas modernas do capitalismo digital - como funcionam, como comunicam, como representam o mundo, como são produzidos e usados.

- Os dados como mercadoria;
- Clicks significam dados e dados significam receita;
- A informação (e a publicidade) ditada por algoritmos;

### Como combater as Bolhas de Filtro?

- **Tim-Berners Lee** apela à responsabilidade do **governo** (adaptar leis e regulamentos para a era digital, de modo a proteger a liberdades das pessoas que se encontram online) e das **empresas** (devem fazer mais do que procurar o lucro à custa dos Direitos Humanos - privacidade, diversidade e segurança).
- A confiança do fundador da Web é depositada, na sua maioria, nos **cidadãos**. Estes devem responsabilizar as empresas e os governos pelos compromissos que assumem e exigir que ambos respeitem a Web como uma comunidade global. Se aceitarmos as coisas como estão, colocamos em causa a nossa responsabilidade social. Estas questões são **problemas coletivos**, logo devem ser combatidos em conjunto.
- A **educação** acaba por ser a chave: é a ferramenta que nos dá preparação para nos tornarmos mais conscientes das nossas ações.

### Qual o papel da literacia mediática na abordagem das questões e das implicações dos serviços de media orientados por algoritmos?

- Reduzir a vulnerabilidade à desinformação daqueles que usam as redes sociais como fonte de notícias e informação (e são um potencial alvo para campanhas de desinformação);
- Melhorar as capacidades (técnicas, cognitivas, sociais, cívicas e criativas) que os utilizadores precisam para ter uma compreensão crítica das informações que encontram online e para interagir;

### Dimensões da Literacia dos Algoritmos

- **Consciência:** os utilizadores estão cientes de que os algoritmos são usados de uma forma ou de outra no fornecimento de serviços mediáticos e que pode haver implicações para o conteúdo que veem, mesmo que não sejam claros para o utilizador.
- **Compreensão:** os utilizadores entendem que os algoritmos são usados no fornecimento de serviços mediáticos e têm uma compreensão (básica) de como isso molda os conteúdos que veem. Isso permitirá aos utilizadores tomar decisões informadas sobre se usar passivamente os serviços em questão e com que risco.
- **Conhecimento:** os utilizadores têm um nível suficiente de compreensão / domínio de como os algoritmos funcionam para agir sobre os mesmos, adaptando ativamente o seu comportamento para mudar o resultado.
- **Ação:** os utilizadores são capazes de projetar, interagir ou usar algoritmos ativamente para os seus próprios fins ao navegar no ambiente mediático.

## 9. Privacidade e Proteção de Dados

**Pegada Digital:** cada um de nós, praticamente sem exceção, deixa uma pegada digital permanente quando usa um dispositivo ligado à internet. Ao contrário das pegadas físicas, que se perdem com o tempo, as pegadas digitais são praticamente eternas, guardadas em numerosos servidores anônimos, espalhados pelo mundo.

**Público e Privado:** na internet, é muito fácil tornar as coisas públicas e extremamente difícil manter as coisas privadas. O seu maior perigo é, portanto, a perda de privacidade.

**Privacidade:** à lente do capitalismo, a privacidade é um valor antagônico porque é considerado um valor universal que deve ser protegido, mas que, ao mesmo tempo, é violado constantemente tendo em vista o lucro. A modernidade está ciente neste valor, mas não contribui abertamente para ele.

É um conceito contextual, porque cada pessoa, ao longo do tempo, define o que considera privado. A própria legislação é um exemplo disso mesmo.

## 10. Liberdade de Expressão e Discurso de Ódio

**Liberdade de Expressão:** conceito fundamental das sociedades democráticas (defesa da humanidade individual). É necessária para vigiar e controlar as ações governamentais. Temos o “direito de saber”, algo que nos ajuda a conviver com a diversidade. A privacidade é uma condição à liberdade de expressão. A falta de uma pode levar à falta de outra.

### Quão livre deve ser a liberdade de expressão?

- Um direito a dizer não significa um dever a dizê-lo. Quanto menos quisermos que nos seja imposta uma lei, mais rigorosos temos de ser com as nossas atitudes. Trata-se de uma auto-regulação.
- Devemos limitar a liberdade de expressão o mínimo possível pelas forças estatais e limitar o máximo possível por nós próprios.

**Discurso de Ódio:** todas as formas de expressão que propaguem, incitem, promovam ou justifiquem o ódio racial, a xenofobia, o antissemitismo ou outras formas de ódio baseadas na intolerância, incluindo: a intolerância expressa por nacionalismo agressivo e etnocentrismo, discriminação e hostilidade contra minorias, pessoas migrantes e pessoas descendentes de migrantes. A internet motivou em grande escala esta prática.

### Evolução do Discurso de Ódio:

Atitudes Preconceituosas → Atos Preconceituosos → Discriminação Sistemática → Violência Motivada por Preconceito → Genocídio

**Civilidade:** qualidade do cidadão. Comportamento ou discurso adequado às interações civis. Trata-se do respeito pela dignidade e desejo de dignidade das outras pessoas. Também se relaciona com as reivindicações de igualdade e contra a discriminação.

### Formas de combater o discurso de ódio:

Pessoa p/ Pessoa → Pessoa p/ Terceiros → Pessoa p/ Plataformas → Pessoa ou Plataforma p/ Autoridades