

ACADEMIA DA LEITURA DO MUNDO

O JORNALISMO, A COMUNICAÇÃO E EU

FERNANDA BONACHO

[ORG]



ACADEMIA DA LEITURA DO MUNDO

O JORNALISMO, A COMUNICAÇÃO E EU

FERNANDA BONACHO

[ORG]

Ficha Técnica

Título

Academia da Leitura do Mundo:
O jornalismo, a comunicação e eu

Organização

Fernanda Bonacho

Editora LabCom / Editora Instituto Politécnico de Lisboa

www.labcom.ubi.pt / www.ipl.pt

Coleção

Livros de Comunicação / Coleção Estudos e Reflexões IPL

Direção

Gisela Gonçalves (Editora LabCom)
Fernanda Bonacho (IPL/ESCS)

Design Gráfico

Diana Mota

ISBN Editora LabCom

978-989-9229-19-8 (papel)
978-989-9229-20-4 (pdf)

ISBN Instituto Politécnico de Lisboa

978-989-35749-1-1 (papel)
978-989-35749-2-8 (pdf)

Depósito Legal

540695/24

DOI

10.25768/9229-20-4

Tiragem

Print-on-demand

Universidade da Beira Interior
Rua Marquês D'Ávila e Bolama
6201-001 Covilhã
Portugal
www.ubi.pt

Instituto Politécnico de Lisboa
Estrada de Benfica, 529
1500-085 Lisboa
Portugal
www.ipl.pt

2024



© 2024, Gisela Gonçalves & Fernanda Bonacho.

© 2024, Universidade da Beira Interior & Instituto Politécnico de Lisboa.

O conteúdo desta obra está protegido por Lei. Qualquer forma de reprodução, distribuição, comunicação pública ou transformação da totalidade ou de parte desta obra carece de expressa autorização do editor e dos seus autores. Os artigos, bem como a autorização de publicação das imagens, são da exclusiva responsabilidade dos autores.



Este e-book foi co-financiado com o apoio das Academias Gulbenkian do Conhecimento. O seu conteúdo reflete as perspetivas dos seus autores e as Academias do Conhecimento não podem ser responsabilizadas por qualquer utilização de informação partilhada. O design, a criação, o desenvolvimento e a produção do e-book é da total responsabilidade de todos os parceiros, e não de um parceiro individual, com todos os direitos reservados.

Academia da Leitura do Mundo: o Jornalismo, a Comunicação e Eu

Contacto: academiadaleituradomundo@gmail.com

Parceiros

Instituto Politécnico de Lisboa/Escola Superior de Comunicação Social
- Lisboa

Instituto Politécnico de Portalegre/Escola Superior de Educação e Ciências Sociais - Portalegre

Instituto Politécnico de Setúbal/Escola Superior de Educação - Setúbal

Instituto Politécnico de Tomar/Escola Superior de Tecnologias de Abrantes
- Abrantes

Universidade da Beira Interior/LabCom – Covilhã

Universidade do Algarve/Escola Superior de Educação e Comunicação -
Centro de Investigação em Artes e Comunicação – Faro

Coordenação

Fernanda Bonacho,
Instituto Politécnico de Lisboa/Escola Superior de Comunicação Social

Ana Filipa Martins,
Universidade do Algarve/Escola Superior de Educação e Comunicação

Hália Costa Santos, Raquel Botelho,
Instituto Politécnico de Tomar/Escola Superior de Tecnologias de Abrantes

Lídia Marôpo,
Instituto Politécnico de Setúbal/Escola Superior de Educação

Luís Bonixe,
Instituto Politécnico de Portalegre, Escola Superior de Educação e Ciências
Sociais

Sónia de Sá,
Universidade da Beira Interior/LabCom

Autores

Adriana Guimarães	Jorge Trindade	Sónia de Sá
Ana Filipa Martins	Lídia Marôpo	Susana Araújo
Ana Pessoa	Luís Bonixe	Susana Costa
Anabela Sousa Lopes	Luís Pinheiro	Teresa Abecasis
Bruno Mendes da Silva	Maria Inácia Rezola	Vera Moutinho
Fernanda Bonacho	Maria José Mata	Zélia Raposo Santos
Francisco Sena Santos	Mário Antunes	
Hália Santos	Nuno Fernandes	
Helena Figueiredo Pina	Orlando César	
Joana Palminha	Patrícia Ascensão	
Joana Pontes	Paulo Alves	
João Torres	Raquel Botelho	

CARTÃO DE IDENTIDADE

Nome: Academia da Leitura do Mundo: o Jornalismo, a Comunicação e Eu

Logotipo:  Academia da Leitura do Mundo

Coordenação: Instituto Politécnico de Lisboa - Escola Superior de Comunicação Social

Competências a desenvolver: Comunicação; Auto-regulação; Espírito Crítico

Público-Alvo: Jovens estudantes 14-24

Contexto de implementação: Escola e comunidade

Implementadores: Professores, investigadores, especialistas e jornalistas com formação experiência na formação de competências jornalísticas e mediáticas

Nº de sessões: 8-10 sessões por ano letivo

Duração: 60-90 minutos cada sessão

Entidades parceiras:

Instituto Politécnico de Lisboa
/ Escola Superior de Comunicação Social

Instituto Politécnico de Portalegre
/ Escola Superior de Educação e Ciências Sociais

Instituto Politécnico de Setúbal
/ Escola Superior de Educação

Instituto Politécnico de Tomar
/ Escola Superior de Tecnologias de Abrantes

Universidade da Beira Interior
/ LabCom

Universidade do Algarve
/ Escola Superior de Educação e Comunicação

Objetivos: Desenvolvimento de 3 competências-chave: Comunicação;
Auto-regulação; Espírito Crítico

Método: Divisão das sessões por módulos temáticos da área disciplinar da comunicação, *media* e informação desenvolvidos em contexto escolar, profissional e comunitário

Projetos: A Academia da Leitura foi implementada junto dos estudantes das: Escola Secundária José Gomes Ferreira - Agrupamento de Escolas de Benfica (Lisboa), Escola Secundária João de Deus - Agrupamento de Escolas João de Deus (Faro), Escola Secundária Dr. Manuel Fernandes - Agrupamento de Escolas Nº 2 de Abrantes (Abrantes), Escola Secundária Mouzinho da Silveira - Agrupamento de Escolas do Bonfim (Portalegre), Escola Secundária Quinta das Palmeiras (Covilhã), Escola Secundária Sebastião da Gama - Agrupamento de Escolas Sebastião da Gama (Setúbal)

À nossa Anabela.

Índice

Prefácio	17
Sumário Executivo	23
Introdução	27
 PARTE I - METODOLOGIA, AVALIAÇÃO E MONITORIZAÇÃO	 33
Análise Comparativa dos Três Anos de Intervenção da Academia da Leitura do Mundo	41
I - Caracterização sociodemográfica dos participantes dos Grupos de Intervenção	41
II - A relação com as notícias antes e depois da intervenção	44
Monitorização do projeto	93
 PARTE II - AS ACADEMIAS	 103
Cartão de Identidade	105
A Academia em Portalegre: compreender os <i>media</i> no interior do Alentejo	107
Cartão de Identidade	129
A Academia do Mundo em Abrantes	131
Cartão de Identidade	147
Academia da Leitura do mundo no Algarve: “a importância de estarmos informados”	149
Cartão de Identidade	167
Acesso, consumo e interpretação do conteúdos noticiosos por adolescentes: Academia da Leitura do Mundo (ALM) na Covilhã (2019-2022)	169
Cartão de Identidade	235
Academia da Leitura do Mundo em Setúbal: reflexões sobre a relação entre jovens e o jornalismo	237
Cartão de Identidade	259
A Academia em Lisboa: ler o mundo a ouvir, dizer e experimentar	261

PARTE III - O JOGO FALA BARATO	293
Introdução	295
O Jogo	298
Resultados	316
Protótipo	318
Referências bibliográficas	319
PARTE IV - REFLEXÕES	321
PARTE V - PROPOSTA DE ATIVIDADES	329
Atividades da agenda de trabalhos ALM	331
A Revista de Imprensa e o acesso à informação	331
Os Títulos das Notícias não são banais	332
Jornalismo Multimédia e Redes Sociais	333
A Coragem para ouvir o outro (lado da história)	334
Notas finais	337

Prefácio

Bravo a quem criou e a quem se envolveu nesta preciosa Academia da Leitura do Mundo! A qualidade e o interesse de sessões que acompanhei e os resultados reportados neste e-book evidenciam o grande valor desta iniciativa.

Em tempos de sobrecarga de comunicação e de tanta guerra contra a verdade, em que tantos exploram os múltiplos canais para propagar o rancor e o ódio, é vital cultivar e robustecer a capacidade para que as pessoas, com os mais novos à cabeça, estejam aptas para distinguir o verdadeiro e o falso, o sério e o malicioso.

Há que motivar para o gosto do uso na rotina diária da informação plural, clara e coerente. Aquela que se guia pelo carácter “sagrado” dos factos. Ao mesmo tempo, cuidar de distinguir, logo à partida, notícia de opinião. Também, à prática de dar sempre atenção a vozes diferentes que argumentam de modo discrepante.

É a base para que possamos entender e escolher.

A tecnologia criou uma espécie de ilusão de facilidade em que basta deslizar o dedo pelo ecrã e logo aparece o que se procura. Simultaneamente, o tempo pressiona tanto que não dá descanso para que se questione o que se leu, viu ou ouviu. Há que ensinar a desmontagem destes mecanismos.

O ensino, de modo deliberado e explícito, de como consultar a informação noticiosa e usá-la com espírito crítico e boa interpretação dos contextos é tão importante como aquele que ensina a somar e diminuir.

A análise das conclusões deste trabalho de um grupo multidisciplinar de professores, investigadores e

jornalistas, com envolvimento de trezentos e setenta e um jovens estudantes do ensino superior e de escolas secundárias (origem em seis escolas de cada grau) e com contacto direto com estruturas e mecanismos de produção de informação, mostra como é imperdível que práticas como a desta Academia da Leitura do Mundo tenham continuidade, sejam replicadas e desenvolvidas. A falta de comparência é um chumbo na responsabilidade de qualificação dos estudantes e de todos nós.

É muito estimulante a constatação do potencial de interação alcançada entre estudantes do ensino secundário e do ensino superior público nesta Academia. Para a fecundidade deste projeto também se revela relevante a estreita colaboração entre professores das diferentes escolas participantes.

O modo como os alunos lidaram com casos concretos de produção de notícias e reportagens confrontou-os, quer com a discussão crucial sobre as escolhas do que é notícia ou entrevista ou reportagem por ser facto relevante com interesse público, quer com o compromisso ético e deontológico em todo o desempenho jornalístico.

No trabalho desta Academia é relatado por Fernanda Bonacho e Zélia Raposo Santos (em Análise comparativa dos 3 anos de Intervenção da Academia da Leitura do Mundo) que “a experiência no contacto com as notícias é marcada pela família e pelos amigos para a maioria dos estudantes, pois assumem desde o início do projeto, e até com maior prevalência no final, que as notícias são vistas e discutidas, a maioria das vezes, em casa com a família e com os amigos”.

Este papel determinante da família é corroborado logo a seguir (em A Academia em Portalegre: compreender os *media* no interior do Alentejo) onde é reportado que “os dados dos questionários respondidos pelos alunos mostram, de modo evidente, o papel que a família desempenha no estímulo dos jovens para o consumo de notícias”.

Importa refletir sobre o que é dito pela mãe e encarregada de educação de uma aluna participante nesta Academia: “Se a família é uma família que

tem um historial com hábitos de leitura, é uma família consumidora de produtos culturais.... portanto, obviamente, tudo isso ajuda [a construir] um determinado percurso. Se [esses hábitos culturais] não existem na família, os pais, naturalmente, não vão passar esse gosto e esses hábitos aos filhos e, portanto, o ambiente vai condicionar, obviamente, muito os comportamentos que hoje eu observo”. Este é um depoimento que nos incita ao esforço de promoção da literacia em geral e que sugere a exploração da motivação da família dos estudantes em próximos desenvolvimentos de iniciativas como a desta fértil Academia da Leitura do Mundo.

A par da família, também importa o envolvimento da comunidade, como é reportado no relatório gerado no Algarve (a Academia da Leitura do Mundo no Algarve: “a importância de estarmos informados”): “O trabalho desenvolvido na Academia da Leitura do Mundo algarvia terá continuidade, permitiu construir novas hipóteses, linhas a explorar, colaborações entre academia, escola e comunidade”.

Os alunos participantes na região do Médio Tejo (Academia da Leitura do Mundo em Abrantes) envolveram-se com a expectativa de “aprender um pouco o que os jornalistas “vivem”; melhorar a escrita de textos jornalísticos; aprender a falar em público e expressar-me de uma forma correta; ter novos conhecimentos sobre as notícias; adquirir uma maior capacidade de diferenciar as *fake news* das notícias verdadeiras”. As conclusões desta equipa local que desenvolveu a Academia Leitura do Mundo em Abrantes indicam que “este projeto foi muito produtivo, quer para os alunos do ensino secundário, quer para os alunos da licenciatura, fornecendo contributos para que estes jovens possam, nas suas vidas futuras, ser profissionais mais informados e cidadãos mais ativos e mais ativos”.

Merece atenção a verificação (em Academia da Leitura do Mundo em Setúbal: reflexões sobre a relação entre os jovens e o jornalismo)

da “pouca familiaridade dos participantes com os meios de comunicação social, tendo em conta que muitos não identificaram um canal de televisão de notícias, um jornal impresso, uma revista de notícias impressa, uma estação

de rádio ou um jornalista nas respostas ao inquérito”. É de assinalar o esforço de redução dessa distância com o desenvolvimento de “uma agenda de intervenção na Escola Secundária Sebastião da Gama, [...] com o objetivo de promover um maior conhecimento e valorização do papel central do jornalismo para a democracia [...], promovendo uma compreensão crítica das imagens e do ecossistema digital no qual os conteúdos noticiosos circulam”.

Também é relevante a constatação (em A Academia da Leitura do Mundo, na Covilhã - Acesso, consumo e interpretação de conteúdos noticiosos por adolescentes) de que “as/os participantes mostraram a necessidade de diversificar as fontes para obter informação e construir a sua imagem do mundo”, seguida pela conclusão estimulante: “a maioria passa a prestar maior atenção aos meios de comunicação e ao nível de confiabilidade que lhe corresponde”.

Nas reflexões finais de professores e alunos participantes nesta valiosa Academia da Leitura do Mundo encontramos um diagnóstico, que todos certamente reconhecemos: “Hoje, a facilidade do acesso à informação inebria o consumo de informação ao minuto, atropela a complexidade da história e distorce uma leitura rigorosa e justa da realidade”.

A filósofa política alemã Hannah Arendt, pensadora que desenvolveu o conceito de banalidade do mal, com base nas práticas nazis de barbárie, escreveu em 1951 que “o pior mal numa sociedade totalitária é as pessoas deixarem de saber distinguir entre factos e ficção, o que faz desaparecer a noção de verdadeiro e falso”.

Agora, neste nosso tempo digital, Alan Rusbridger, jornalista que como editor do *The Guardian* liderou a transformação que posiciona este jornal na vanguarda do bom jornalismo na Europa, e agora diretor da respeitada academia Lady Margareth Hall, de Oxford, alertava em cima do fecho dos três anos desta nossa primeira Academia da Leitura do Mundo: “A sociedade não funciona se as pessoas não estiverem preparadas para distinguir uma informação verdadeira e outra que é falsa”.

Sete décadas separam os alertas de Arendt e de Rusbridger. A desinformação existiu sempre. Mas, agora, com a tecnologia e as redes sociais, propaga-se de forma instantânea, chega a todos e, para além da mentira, carrega ódios e provoca fragmentação social e conflitos.

Vivemos numa sociedade mediática, temos de combater o analfabetismo mediático.

A informação é um bem vital, precioso motor de desenvolvimento. É essencial que estejamos bem esclarecidos sobre lidar com a infinita quantidade de dados que nos rodeia. Nunca terá sido tão prioritário cultivar a educação mediática. É uma competência que tem de ser central nos currículos académicos.

É assim que as ações desenvolvidas por esta Academia da Leitura do Mundo são uma referência que importa replicar.

Francisco Sena Santos

Junho 2023

Sumário Executivo

Objetivo Geral: a “Academia da Leitura do Mundo” é um programa educacional inovador para jovens estudantes, com idades entre 14 e 24 anos, promovido pelo Instituto Politécnico de Lisboa - Escola Superior de Comunicação Social, com o objetivo de promover a literacia mediática e o desenvolvimento de três competências-chave: Comunicação, Autorregulação e Espírito Crítico, essenciais para uma participação ativa e informada dos cidadãos na sociedade contemporânea.

Objetivos Específicos: o programa visa a necessidade e urgência de desafiar os jovens a:

- saber distinguir entre diferentes tipos de conteúdo no mesmo meio: notícias, entretenimento e publicidade;
- conhecer as principais características de cada meio e seus processos de produção e disseminação de conteúdo;
- interpretar e dar sentido às mensagens dos *media*, de forma negociada e crítica;
- lidar com uma sobrecarga de informações e estímulos e ser capaz de pesquisar, avaliar e selecionar fontes confiáveis;
- entender o modelo de negócios de cada meio de comunicação e, assim, ser capaz de reconhecer o contexto económico, político e ideológico no qual operam;
- participar no espaço mediático de forma responsável.

Público-Alvo: direcionado para jovens estudantes, com idades entre 14 e 24 anos, a “Academia da Leitura do Mundo” abrange uma faixa etária crucial, na qual a

formação de hábitos e competências pode impactar significativamente o futuro pessoal e profissional dos participantes.

Duração do projeto: outubro 2019 – outubro 2022

Implementação Abrangente: a “Academia da Leitura do Mundo” foi implementada em diversas Instituições do Ensino Superior e escolas secundárias em Portugal, alcançando estudantes em diferentes regiões do país, incluindo Lisboa, Faro, Abrantes, Portalegre, Covilhã e Setúbal.

Metodologia Estruturada: a Academia é composta por 8 a 10 sessões por ano letivo, com duração de 60 a 90 minutos cada. As sessões incluem ações expositivas (seminários, conferências, vídeos educativos); ações orientadas (debates, *workshops*); e ações ativas (*role play*, visitas de estudo), divididas em módulos temáticos da área do jornalismo, comunicação, *media* e informação, facilitando a compreensão e aplicação prática dos conceitos abordados.

Desafios Enfrentados: os intervenientes na Academia enfrentaram dificuldades significativas resultantes, especificamente, do período pandémico da Covid 19 durante a organização e implementação da agenda de trabalhos. A complexidade de articular as disponibilidades dos estudantes e professores em tempo letivo, a falta de recursos, problemas logísticos e outros obstáculos foram, contudo, ultrapassados pela flexibilidade, criatividade e resiliência de toda a equipa em lidar com os desafios e adversidades.

Parcerias Estratégicas: o trabalho da “Academia da Leitura do Mundo” foi impulsionado pela colaboração com diversas entidades parceiras, incluindo instituições de ensino superior e profissional especializadas na área do jornalismo e da comunicação social, agrupamentos de escolas do ensino secundário, órgãos de comunicação social, instituições culturais, entidades públicas, bem como especialistas e jornalistas com experiência na formação de competências jornalísticas e mediáticas.

Colaboração Efetiva: a colaboração entre o Instituto Politécnico de Lisboa - Escola Superior de Comunicação Social, outras instituições de ensino básico, secundário, e superior, além de entidades parceiras da sociedade civil

foi fundamental para o sucesso do projeto. A experiência e conhecimento combinados dessas organizações enriqueceu as sessões e contribuiu para uma abordagem eficaz e abrangente.

Resultado Positivo: a Academia demonstrou um efeito positivo no público-alvo e comunidade acadêmica envolvente, proporcionando aos participantes uma melhoria significativa nas suas habilidades de comunicação, capacidade de autorregulação e pensamento crítico em relação aos meios de comunicação e ao jornalismo.

Em resumo, a “Academia da Leitura do Mundo” é uma iniciativa educacional abrangente e eficaz que visa capacitar os jovens estudantes portugueses com as competências necessárias para compreender, analisar criticamente e participar ativamente no mundo mediático contemporâneo.

Introdução

A leitura que fazemos do mundo nunca deixa de ser influenciada pelo discurso, ideias e imagens propostos pelos meios de comunicação social, através de uma construção mediática da realidade. A importância da qualidade do trabalho dos meios de comunicação é inquestionável para uma sociedade informada e equilibrada, sendo que o cidadão tem um papel fundamental no questionamento e legitimação das narrativas mediáticas produzidas. Hoje, mais do que nunca, é importante saber ler o mundo. É importante saber distinguir o que é informação e ficção. É importante compreender a posição central do jornalismo no espaço público e reconhecer o seu impacto e importância na sociedade. É importante saber como participar na construção de um espaço público racional, baseado em valores de verdade, igualdade e democracia. É fundamental que todos reconheçam esta importância e sejam cidadãos ativos e conscientes. Mas a sofisticação da comunicação, a técnica das narrativas mediáticas e a urgência dos discursos partilhados em espaço público decorrem numa complexidade textual que não facilita nem contribui para a leitura correta da realidade.

Entretanto, inúmeros estudos dão conta de um certo distanciamento entre o público adolescente e o jornalismo. Embora gostem de parecer bem informados e valorizem o trabalho dos jornalistas, os jovens em geral não demonstram especial gosto por acompanhar a atualidade e queixam-se que as notícias são repetitivas, desinteressantes e aborrecidas (Buckingham, 2000; Brites, 2015). Em contextos de acesso generalizado a *smartphones* e a outros dispositivos *online*, a informação

noticiosa é geralmente relegada a um plano periférico nas culturas digitais juvenis, marcadas principalmente pela socialização e entretenimento (Marôpo e Torres, 2022).

Por outro lado, crianças e jovens valorizam o acesso ao conhecimento e à aprendizagem na Internet, tendo em conta uma noção expandida de notícia que não é produzida somente pelo jornalismo, mas que se constitui como informações sobre temáticas do seu interesse (Doretto, 2015). Este cenário pode ser uma oportunidade para novas formas de consciencialização e participação política (a mobilização juvenil por medidas contra as alterações climáticas em todo o mundo é um exemplo). No entanto, mais frequentemente os conteúdos *online*, nomeadamente nos *media* sociais, promovem estilos de vida fortemente marcados pelo consumismo e incentivados por influenciadores digitais que vivem da publicidade direcionada a seus seguidores (Hund & McGuigan, 2019). Esta conjuntura levanta preocupações sobre como os jovens avaliam a credibilidade das fontes de informação, lidam com a desinformação, diferem conteúdo informativo e opinativo e se posicionam criticamente em relação ao chamado *filtro bolha* (Parisier, 2011). Em última instância, são problemáticas que remetem para desafios quanto ao futuro do próprio jornalismo.

Em 2018, a Fundação Calouste Gulbenkian criou o Programa Gulbenkian Conhecimento 2018-2022 que pretendia promover o desenvolvimento de competências específicas na população dos 0 aos 25 anos de idade através de Academias do Conhecimento. A equipa da Academia da Leitura propôs seguir uma metodologia experimental e testar, através de um desenho adequado, uma intervenção na comunidade escolar que convidasse jovens estudantes a fazer uma leitura crítica do mundo através do jornalismo.

Este livro é um marco que pretende assinalar o encerramento de um projeto iniciado em 2019 e que chegou ao fim em 2022. A Academia da Leitura do Mundo: o Jornalismo, a Comunicação e Eu é um projeto de investigação aplicada que promove uma experiência para jovens entre os 14 e os 24 anos e que aposta no desenvolvimento de três competências chave da literacia

mediática: a comunicação, o espírito crítico e a autorregulação. A literacia mediática enquanto “capacidade de aceder, analisar, avaliar, criar e comunicar mensagens em diversos contextos (...), que requer competências técnicas, críticas, sociais e criativas” (Lopes, 2013), assume, assim, uma posição central no trabalho desenvolvido por esta experiência, na exploração da diversidade de questões que são interpeladas pelas práticas mediáticas. O projeto concebido por um grupo multidisciplinar de professores, investigadores e jornalistas resulta, assim, da necessidade e urgência de desafiar os jovens a saber distinguir entre diferentes tipos de conteúdo no mesmo meio: notícias, entretenimento e publicidade; conhecer as principais características de cada meio e seus processos de produção e disseminação de conteúdo; interpretar e dar sentido às mensagens dos *media*, de forma negociada e crítica; lidar com uma sobrecarga de informações e estímulos e ser capaz de pesquisar, avaliar e selecionar fontes confiáveis; entender o modelo de negócios de cada meio de comunicação e, assim, ser capaz de reconhecer o contexto económico, político e ideológico no qual operam (Buckingham, 2009; Gunter et al, 2005; Ashley et al, 2013),

A proposta de trabalho desta Academia da Leitura, coordenada por uma equipa de professores e jornalistas da Escola Superior de Comunicação Social do Instituto Politécnico de Lisboa, foi selecionada para integrar o programa das Academias Gulbenkian do Conhecimento 2019, e acolhida por uma rede nacional de instituições académicas portuguesas, especializadas no estudo da comunicação e jornalismo, nomeadamente, Instituto Politécnico de Portalegre/Escola Superior de Educação e Ciências Sociais, Instituto Politécnico de Setúbal/Escola Superior de Educação, Instituto Politécnico de Tomar/Escola Superior de Tecnologias de Abrantes, Universidade da Beira Interior/LabCom, e Universidade do Algarve/Escola Superior de Educação e Comunicação. Todas as instituições de ensino superior participantes partilham a missão de se constituírem como instituições de excelência no ensino da comunicação e do jornalismo e na investigação nas áreas da comunicação, a nível nacional e internacional, utilizando padrões de qualidade que desafiam as melhores práticas de ensino. Cada uma das entidades académicas

intervém nos domínios do ensino, da investigação científica, da formação profissional, e da prestação de serviços à comunidade. Prosseguem os seus objetivos visando a formação de nível superior, preparando cidadãos qualificados, científica, cultural e tecnicamente. Todos promovem a realização de atividades de pesquisa e de investigação, a organização de projetos de atualização e reconversão profissional, empenhando-se na prestação de serviços, nos seus domínios específicos de intervenção, e no intercâmbio cultural, científico e técnico com instituições congêneres ou que visem objetivos semelhantes.

O objetivo principal da Academia da Leitura, que decorreu durante os anos letivos de 2019/2020, 2020/2021 e 2021/2022, com seis grupos participantes diferentes em cada ano, e em seis espaços geográficos do país distintos, foi desenvolver as três competências sociais e emocionais chave selecionadas no âmbito da literacia mediática, nomeadamente a comunicação, a autorregulação e o espírito crítico, investindo numa experiência adaptada a cada contexto de intervenção para permitir a discussão sobre as capacidades, atitudes, valores e conhecimento a serem mobilizados para uma leitura crítica do mundo.

A agenda de trabalhos da Academia envolveu trezentos e setenta e um jovens estudantes, incluídos em dezoito Grupos de Intervenção (GI), coordenados por seis professores e organizados com a colaboração de mais de trinta professores, investigadores, jornalistas e especialistas da área da comunicação e jornalismo dos seis parceiros do projeto. Decorrente das atividades, estabeleceram-se parcerias com seis Agrupamentos de Escolas /Escolas secundárias a nível nacional, nomeadamente, Escola Secundária Dr. Manuel Fernandes (Tomar), Escola Secundária João de Deus (Faro), Agrupamento de Escolas Gil Eanes (Lagos), Escola Secundária Mouzinho da Silveira (Portalegre), Escola Secundária Quinta das Palmeiras (Covilhã), a Escola Secundária Sebastião da Gama (Setúbal), e a Escola Secundária José Gomes Ferreira (Lisboa). O objetivo de envolver instituições dentro e fora da academia, e de procurar responder às necessidades dos jovens participantes, implicou, ainda, colaborações com outras entidades da sociedade

civil, como, por exemplo, a CooLabora, Cooperativa de Intervenção Social (Covilhã, Fundão e Belmonte), o News Museum (Sintra), o CIAC - Centro de Investigação em Artes e Comunicação (Universidade do Algarve), o Projeto de investigação Media Trust, o LabCom, órgãos de comunicação social como a Rádio Portalegre, jornal Alto Alentejo, jornal Cidade de Tomar, jornal Setúbal na Rede, a agência de notícias LUSA, o jornal Público ou a RTP.

Este livro resulta de todo o trabalho desenvolvido e está estruturado em cinco partes. A Parte I apresenta a metodologia, a Parte II é constituída pelos resultados da intervenção dos seis parceiros da Academia da Leitura, a Parte III apresenta os resultados das competências socio emocionais sistematizadas pela equipa de avaliação e monitorização da Fundação Calouste Gulbenkian. A Parte IV conta a história da construção de um jogo de tabuleiro, baseado nos objetivos da Academia e a Parte V dá voz a alguns daqueles que fizeram parte desta experiência. Na Parte VI apresentam-se algumas atividades implementadas na agenda de trabalhos da Academia, sugerindo contextos de utilização pela comunidade escolar. Nas notas finais faz-se um breve balanço dos resultados e apontam-se algumas perspetivas futuras.

Referências bibliográficas

- Ashley, S. et al (2013). Developing a News Media Literacy Scale. *Journalism & Mass Communication Educator*, 68 (1), 7-21.
- Brites, M. J. (2015). Jovens e culturas cívicas: por entre formas de consumo noticioso e de participação. Livros LabCom. Disponível em: <https://www.labcom.ubi.pt/livro/128>
- Buckingham, D. (2009). The Future of Media Literacy in the Digital Age: Some Challenges for Policy and Practice. *Medienimpulse*, 47(2), 1-18.
- Buckingham, D. (2000). The making of citizens – young people, news and politics. Routledge.
- Doretto, J. (2015). ‘Fala connosco!’: o jornalismo infantil e a participação das crianças, em Portugal e no Brasil. Tese de Doutoramento. Universidade Nova de Lisboa. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10362/17002>

- Gunter, B., Oates, C., & Blades, M. (2005). *Advertising to Children on TV: Content, Impact, and Regulation* (1st ed.). *Routledge*. <https://doi.org/10.4324/9781410611246>
- Hund, E. & McGuigan, L. (2019). A Shoppable Life: Performance, Selfhood, and Influence in the Social Media Storefront. *Communication, Culture and Critique*, 12(1), 18–35. <https://doi.org/10.1093/ccc/tcz004>
- Lopes, Paula Cristina do Rosário (2014). *Literacia mediática e cidadania: práticas e competências de adultos em formação na Grande Lisboa* [Em linha]. Lisboa: ISCTE-IUL, Tese de doutoramento. Disponível em [www:<http://hdl.handle.net/10071/86666>](http://hdl.handle.net/10071/86666).
- Marôpo, L. & Torres, J. (2022). O papel das notícias nas culturas digitais de crianças e jovens: um estudo em contexto português. *Atas do 20º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor 2022)*. Fortaleza, 9 a 11 de novembro de 2022.
- Parisier, E. (2011). *The Filter Bubble: What the Internet is Hiding from You*. Penguin Group.
- Silveira, A. P. (2019). Representações sobre as notícias e o mundo por crianças a frequentar o ensino primário: o caso português. [Em linha]. LabCom Books. Disponível em: <https://labcomca.ubi.pt/representacoes-sobre-as-noticias-e-o-mundo-por-criancas-a-frequentar-o-ensino-primario-o-caso-portugues/>

Parte I

METODOLOGIA, AVALIAÇÃO E MONITORIZAÇÃO

A Academia da Leitura do Mundo foi concebida no âmbito do Programa Academias Gulbenkian do Conhecimento, aplicando uma metodologia experimental, com a qual se procuraram evidências de resultados da intervenção, que foi proposta para o desenvolvimento de competências sociais e emocionais dos jovens.

Processo de intervenção

A equipa de professores e especialistas, com o apoio de cada instituição académica e em parceria com órgãos de comunicação social nacionais e regionais, associações profissionais da área da informação, instituições culturais, Câmaras Municipais e Juntas de Freguesia, planeou e implementou um conjunto de sessões práticas junto do seu Grupo de Intervenção. A agenda de trabalho integrou ações expositivas (com lições, seminários, conferências, vídeos educativos); ações orientadas (debates, estudos de caso, simulações, *workshops*); e ações ativas (*role play*, visitas de estudo), em que se tirou partido da disponibilidade dos parceiros externos (como o *News Museum*, a Lusa ou o Público) e das infraestruturas próprias de cada instituição académica através da utilização de laboratórios de comunicação organizacional; estúdios de rádio com ilhas de pós-produção; estúdios de televisão (analógico e virtual) com régie e ilhas de pós-produção; equipamento audiovisual; redações multimédia com vários postos de trabalho; laboratórios multimédia; entre outros.

Estando o projeto assente na disponibilidade dos alunos e do seu horário escolar, foram realizadas de 8 a 10 sessões, de 90 a 160 minutos, distribuídas mensalmente ao longo do ano letivo. Os participantes eram distribuídos

entre o Grupo de Intervenção e o de Comparação em cada ano letivo. Os alunos incluídos no Grupo de Intervenção tiveram, de facto, um papel ativo no projeto, pois participaram nas diversas sessões práticas e colaboraram nos vários desafios propostos ao longo dos três anos. O Grupo de Comparação, por outro lado, não participou em qualquer atividade, ou seja, não recebeu qualquer intervenção, apesar de os alunos apresentarem características semelhantes aos do grupo que recebeu a intervenção.

A avaliação diagnóstica de início (recolha de dados demográficos, nível de competência comunicativa, autorregulação e espírito crítico, e conhecimento sobre as áreas de intervenção) e avaliação de impacto no final (nível de competência comunicativa, autorregulação e espírito crítico, e conhecimento sobre as áreas de intervenção) de cada ano letivo pretendiam determinar se as atividades propostas eram eficazes no estímulo das competências nos jovens. Por outro lado, foi também implementado um processo de monitorização, com o objetivo de descrever o funcionamento de todo o programa.

Instrumentos

De forma a medir o impacto da intervenção nas competências dos jovens foram aplicados dois questionários, um antes do início das atividades e outro no final do período de intervenção. O questionário inicial do projeto foi composto por três partes. Na primeira parte foram medidas as características sociodemográficas dos participantes e as três competências sociais e emocionais identificadas, a comunicação, a autorregulação e o espírito crítico. As características sociodemográficas e as duas primeiras competências foram medidas através de um instrumento fornecido à nossa academia pela Fundação Calouste Gulbenkian. Esta entidade estabeleceu um protocolo com a OCDE no sentido de permitir o uso do Estudo sobre Competências Sociais e Emocionais (*Study on Social and Emotional Skills – SSES*) no contexto do Programa Academias Gulbenkian do Conhecimento (AGC). Para avaliar o espírito crítico, que não está ainda considerado pelo instrumento SSES, usámos a escala desenvolvida por Laar *et al* (2018) composta por 3 dimensões: reflexão, justificação e novidade; e a escala desenvolvida por

Sosu (2013) composta por 2 dimensões: abertura e ceticismo reflexivo. As perguntas incluídas nas partes II e III do questionário foram desenvolvidas pelos investigadores do projeto de acordo com os objetivos específicos do jornalismo e da comunicação estabelecidos previamente. As componentes do questionário apresentam-se em seguida:

Parte I – Caracterização dos participantes

- i. Caracterização sociodemográfica – de acordo com a base de dados da FCG
- ii. Competências sociais e emocionais (comunicação, autorregulação e espírito crítico)

Parte II – Academia da Leitura do mundo: conhecimento e participação no projeto

Parte III – As notícias e eu: consumo e conteúdo das notícias. Representações do jornalismo

A monitorização do projeto foi feita através do preenchimento de um diário de bordo em formulário digital, após cada sessão de trabalho. A apreciação foi realizada quer pelos alunos participantes, quer pelos responsáveis envolvidos na atividade.

Todas as tarefas de avaliação foram implementadas através da aplicação Lime Survey. As avaliações recorreram a análises quantitativas e qualitativas, nas quais foram identificados aspetos como o perfil e número de participantes que iniciaram e terminaram o projeto; a assiduidade, expectativas para as ações, relação com os meios de comunicação social, interesse pela informação noticiosa, utilidade dos conteúdos, entre outras.

Estava prevista, ainda, a organização de Grupos de Foco com os estudantes, encarregados de educação e professores para uma avaliação em contexto de formação. Contudo, devido à situação pandémica durante o contexto de intervenção, só foi possível realizar uma entrevista semi-estruturada com uma encarregada de educação do Grupo de Intervenção da Escola Secundária José Gomes Ferreira, em fevereiro de 2020, na ESCS.

Participantes

O envolvimento das seis instituições de ensino superior foi acompanhado pela colaboração de seis escolas secundárias, cujos alunos integraram um total de 18 Grupos de Intervenção e 18 de Comparação durante os três anos de atividades. Tendo como público-alvo uma população de alunos com idades entre os 14 e os 24 anos, maioritariamente adolescentes, e distribuída igualmente em termos de género, era expectável que apresentassem as seguintes características e necessidades específicas: serem utilizadores dos meios de comunicação social/redes sociais; interesse e atração pela comunicação; desconhecimento do real funcionamento dos discursos e sistemas mediáticos; disponibilidade para as diversas práticas comunicacionais e do jornalismo. O público-alvo caracterizava-se, ainda, pela sua curiosidade e criatividade, diversidade cultural e etnia, sendo proveniente de Faro, Setúbal, Portalegre, Abrantes, Covilhã e de Lisboa. Assim, as turmas participantes pertenceram à:

- i. Escola Secundária Dr. Manuel Fernandes (parceira do Instituto Superior de Tecnologia de Abrantes/Instituto Politécnico de Tomar);
- ii. Escola Secundária João de Deus (parceira da Escola Superior de Educação e Comunicação/Universidade do Algarve);
- iii. Escola Secundária José Gomes Ferreira (parceira da Escola Superior de Comunicação Social/Instituto Politécnico de Lisboa);
- iv. Escola Secundária Mouzinho da Silveira (parceira da Escola Superior de Educação e Ciências Sociais/Instituto Politécnico de Portalegre);
- v. Escola Secundária Quinta das Palmeiras (parceira da Faculdade de Artes e Letras/Universidade da Beira Interior);
- vi. Escola Secundária Sebastião da Gama (parceira da Escola Superior de Educação/Instituto Politécnico de Setúbal).

Para além das turmas do secundário, também participaram nas atividades algumas turmas dos cursos de jornalismo e comunicação das instituições promotoras do projeto, cujos alunos tiveram um papel essencial no apoio, desenvolvimento e sucesso das ações propostas. No âmbito de todo

o processo de avaliação diagnóstica e de impacto e dos procedimentos de monitorização, os compromissos de avaliação e monitorização envolveram atenção com princípios éticos, que foram assegurados por consentimentos informados, a confidencialidade e anonimato dos dados, o direito de propriedade e a reciprocidade ética. De salientar, ainda, que todo o trabalho de avaliação e monitorização foi desenvolvido pelos investigadores do projeto, sempre com o apoio da equipa de peritos em avaliação da Fundação Calouste Gulbenkian.

ANÁLISE COMPARATIVA DOS TRÊS ANOS DE INTERVENÇÃO DA ACADEMIA DA LEITURA DO MUNDO

Fernanda Bonacho, Escola Superior de Comunicação Social

Zélia Raposo Santos, Escola Superior de Comunicação Social

I – Caracterização sociodemográfica dos participantes dos Grupos de Intervenção

No total dos três anos da agenda da Academia, 371 participantes, de 18 Grupos de Intervenção (GI) dos seis parceiros do projeto, preencheram o questionário de início dos trabalhos, correspondendo a 122 em 2019-20, 137 em 2020-21 e 112 em 2021-22.

A família

Na figura 1.1 verifica-se que, relativamente à distribuição por género, o feminino correspondeu sempre a mais de metade dos respondentes, sendo 2020-21 o ano em que este grupo teve mais peso. Mais de 90% dos respondentes são de nacionalidade portuguesa. Vivem sobretudo em meios urbanos (figura 1.2), e quase metade (46,1%) vivem com os pais e os irmãos, 17,7% só com os pais e 15,8% com apenas um dos pais. Cerca de 9% das famílias têm algum tipo de apoio social.

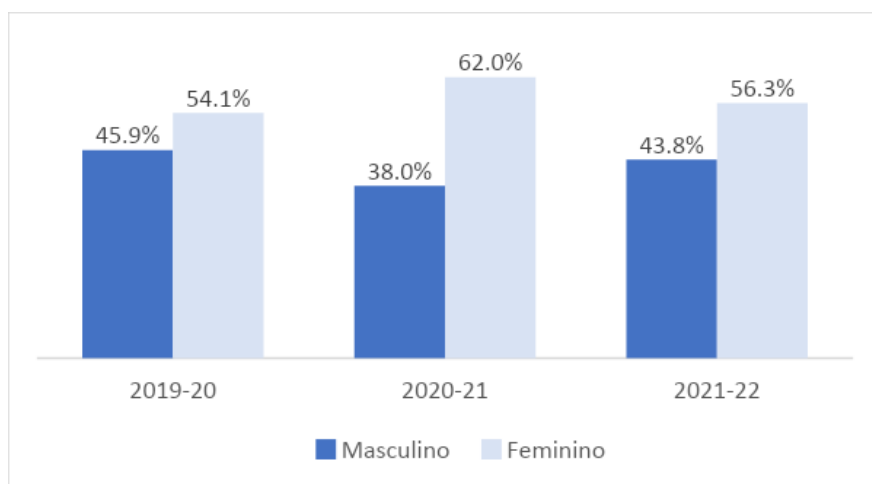


Figura 1.1 - Distribuição dos participantes por gênero

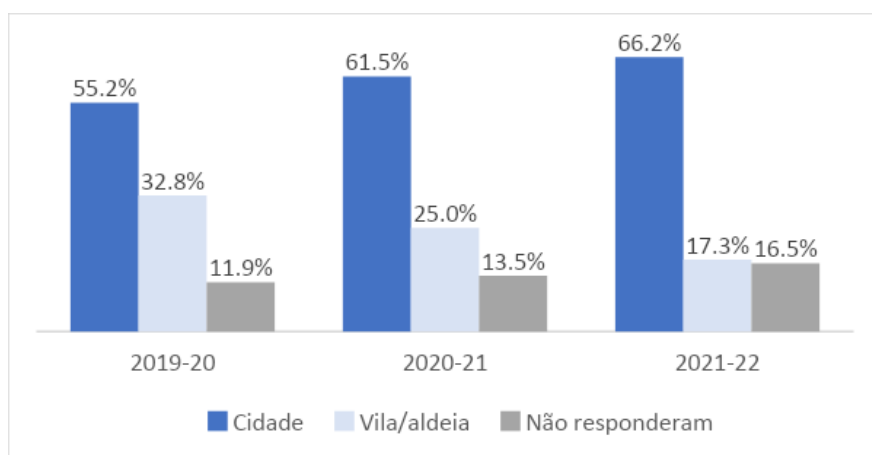


Figura 1.2 – Distribuição dos participantes por meio onde vivem

A escola

Cerca de 95% dos respondentes frequentavam o ensino secundário em escola pública e a maior parcela eram alunos do 10º ano (figura 1.3). A área de Línguas e Humanidades foi a área com mais representação em cada ano, seguida de Ciências e Tecnologia (figura 1.4). No ano 2020-21, a área de Artes

Visuais teve alguma expressão no projeto, enquanto em 2019-20 e 2021-22 a área de Ciências Socioeconômicas foi a terceira área representada no projeto. No total dos três anos, 76,9% dos estudantes participantes nunca reprovaram e menos de 2% têm necessidades educativas especiais.

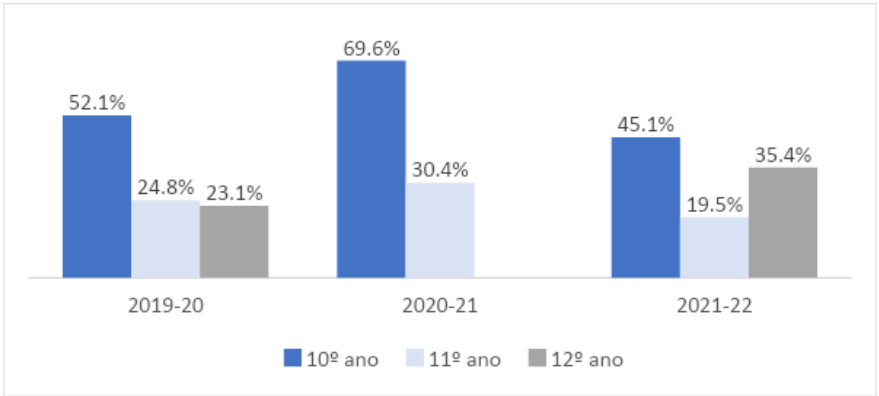


Figura 1.3 – Distribuição por ano dos participantes que frequentavam no ensino secundário

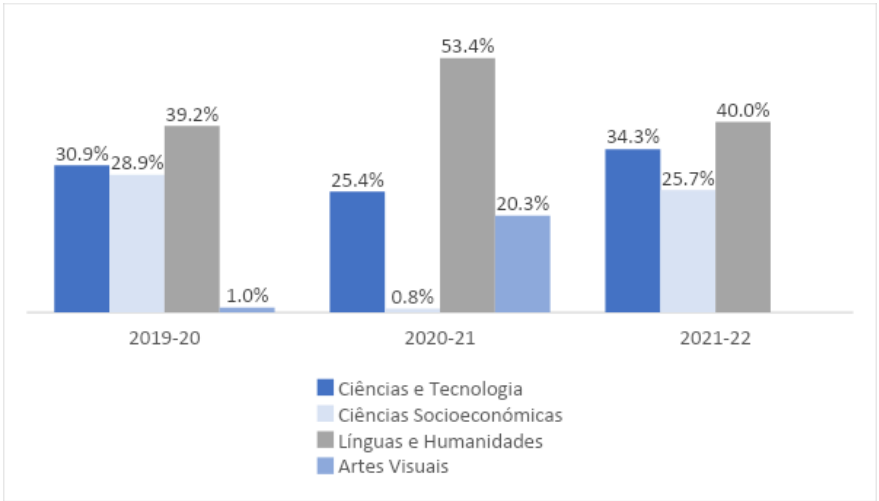


Figura 1.4 – Distribuição por área dos participantes que frequentavam no ensino secundário

II – A relação com as notícias antes e depois da intervenção

O interesse, os motivos e os temas

Nos três anos em análise, a grande maioria dos participantes considera-se interessado ou muito interessado em notícias (figura 2.1). Salienta-se o aumento da percentagem de participantes que se dizem muito interessados do início para o fim do projeto. Na figura 2.2 destacam-se os pais como a grande influência no interesse por notícias. De notar que, no ano 2021-22, a percentagem de participantes que referiram os pais como a sua principal fonte de influência decresceu 11,2 pontos percentuais entre o início e o final do projeto, tendo essa diferença passado para outras fontes, em especial os amigos ou colegas (que aumentou 7,1 pontos percentuais).

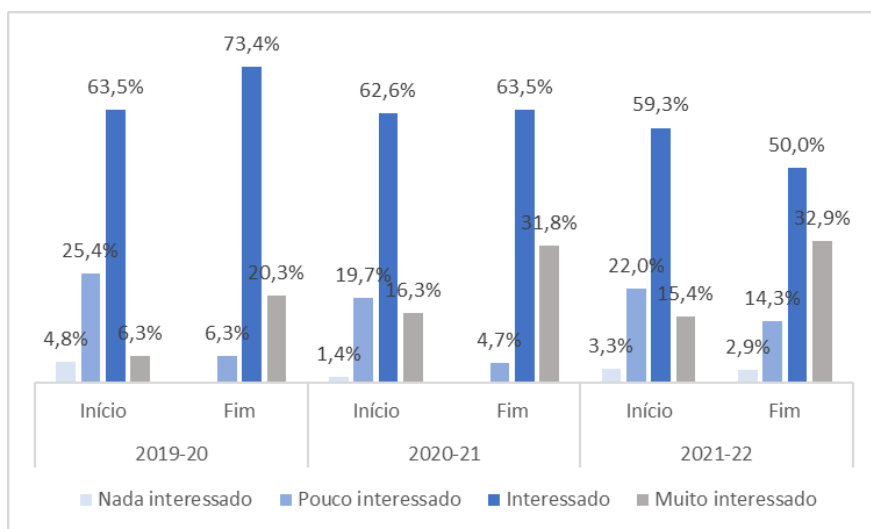


Figura 2.1 – Grau de interesse por notícias dos participantes

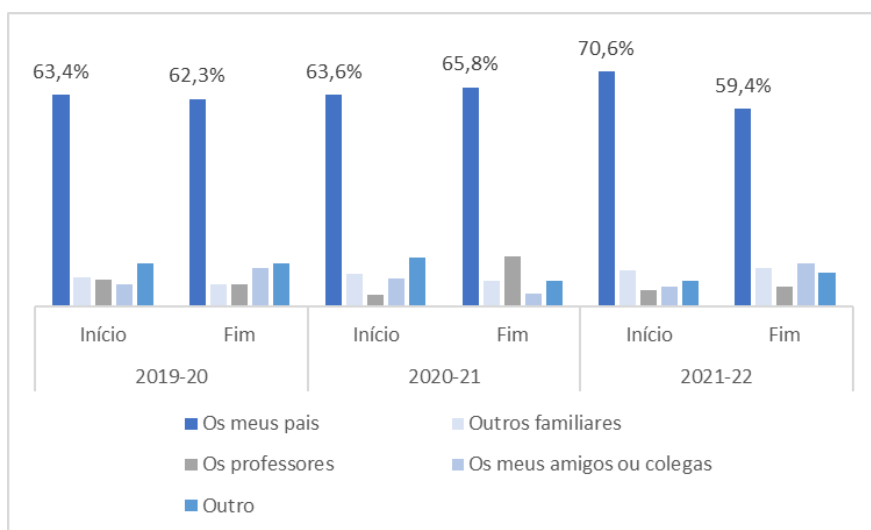


Figura 2.2 – Quem influenciou o interesse por notícias

Relativamente aos três principais motivos de consulta de notícias, nomeadamente, estar atualizado, receber informação sobre assuntos de interesse pessoal e poder discutir os assuntos com as outras pessoas (figura 2.3), mantém-se ao longo dos três anos e entre o início e o final das atividades da Academia.

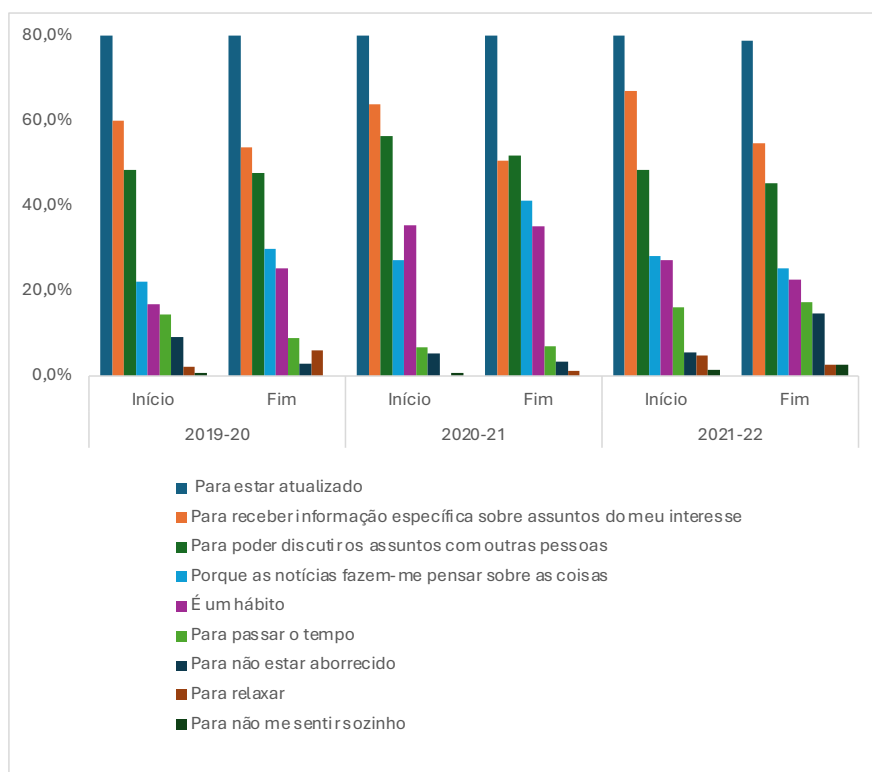


Figura 2.3 – Motivos de consulta de notícias

Quanto aos temas de interesse nas notícias (figura 2.4), destacam-se o desporto e o entretenimento, embora o primeiro tenha perdido relevância no final do primeiro ano do projeto (junho 2020), ultrapassado pelo tema da saúde. Provavelmente a situação pandémica em 2020 e a forte divulgação das notícias relativas à Covid-19 tenham retirado visibilidade a outros temas e despertado o interesse dos participantes para o tema da saúde, cuja relevância foi sendo perdida ao longo do tempo do projeto. Também no ano 2020-21 o desporto não foi o tema mais mencionado pelos participantes, mantendo-se o entretenimento e a saúde como os mais referidos no início do projeto e a política no final. Outros temas também muito referidos pelos participantes foram os conflitos internacionais e situações de guerra, arte e cultura, economia e negócios, sociedade e celebridades, ambiente e alterações climáticas e ciência e tecnologia.

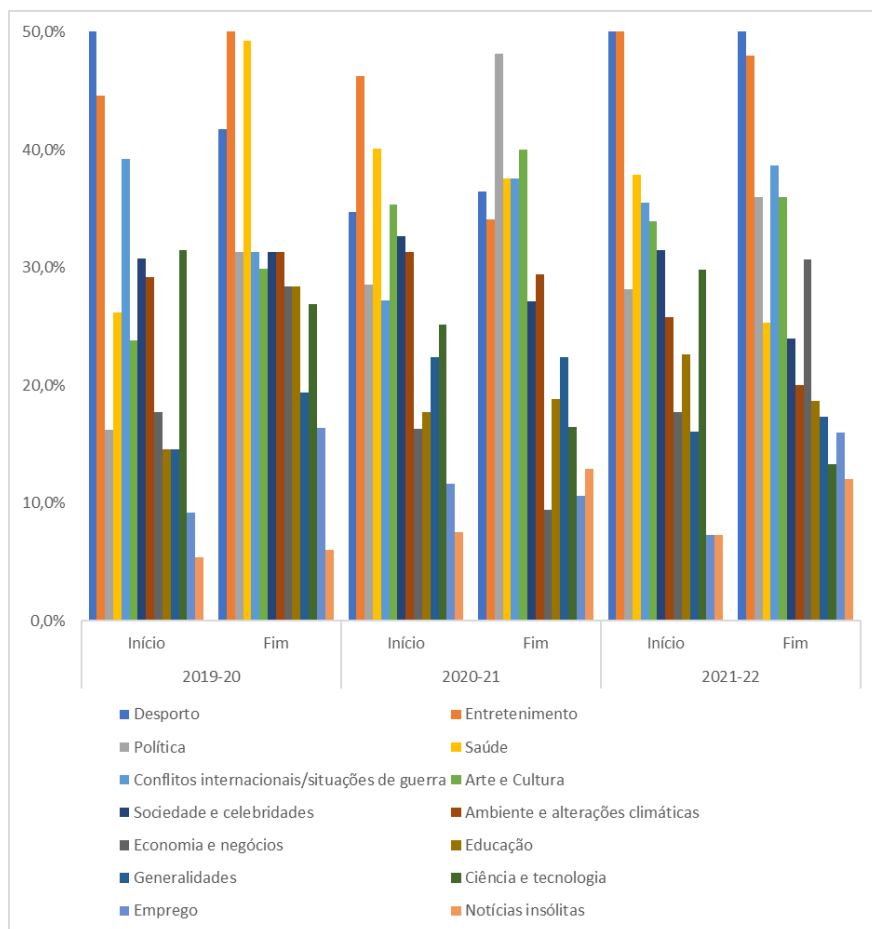


Figura 2.4 – Temas de interesse nas notícias

Já nos temas que os estudantes afirmam discutir mais com os amigos (figura 2.5) destacam-se o desporto, o entretenimento, sociedade e celebridades e a política. Este último, reflete uma tendência inversa aos outros em termos de relevância no período do final do projeto, particularmente, em 2020-21.

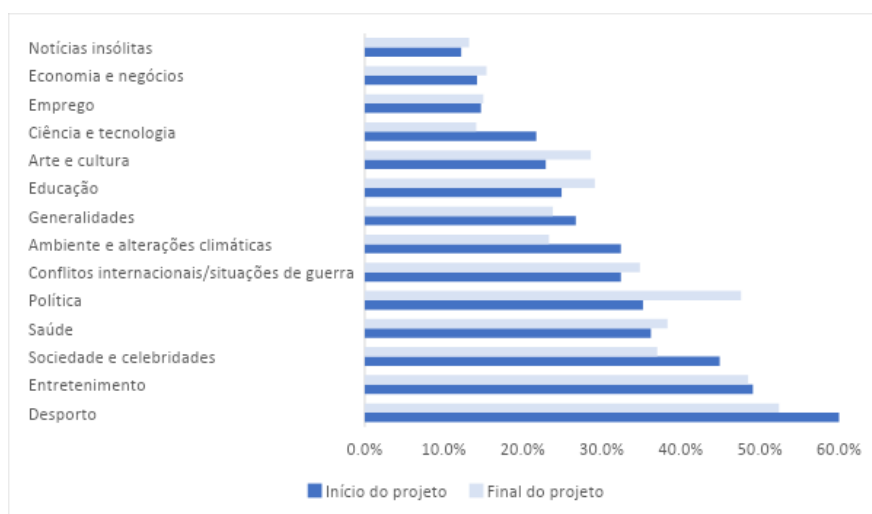


Figura 2.5 – Temas discutidos com os amigos

No geral, os participantes mostram sobretudo interesse pelas notícias de âmbito internacional, embora no final do projeto de 2020-21 (maio/junho 2021) as notícias de âmbito nacional tenham igualado o interesse, o qual voltou a diminuir no ano seguinte (figura 2.6).

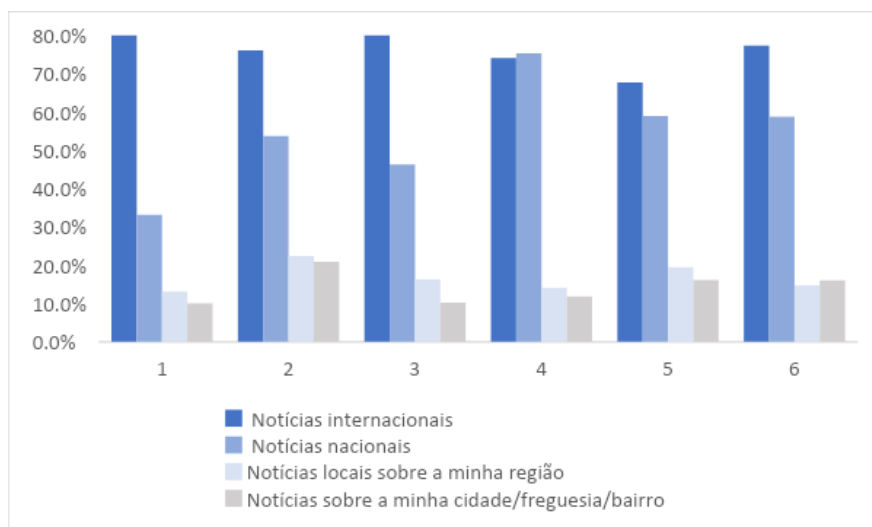


Figura 2.6– Âmbito da notícia (mais interesse)

A consulta/acesso

A noite foi o período mais apontado para a consulta de notícias (figura 2.6) pelos jovens estudantes, com exceção das respostas iniciais dos participantes no projeto de 2020-21. A percentagem de participantes que acedem a notícias ao longo de todo o dia é também de destacar, em especial no ano referido anteriormente.

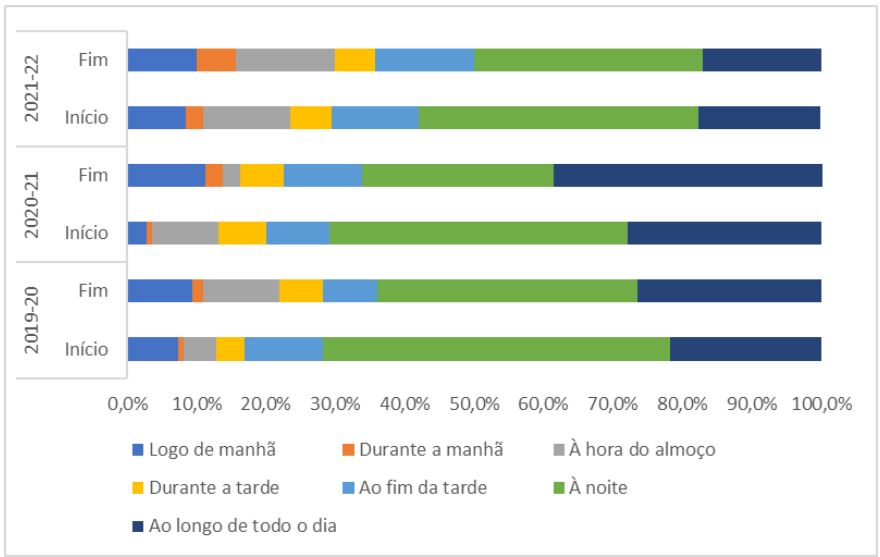


Figura 2.6 – Período do dia de consulta de notícias

O local destacado pela quase totalidade dos participantes para aceder a notícias é a sua casa (figura 2.7), onde consomem notícias principalmente na companhia da família ou sozinhos (figura 2.8).

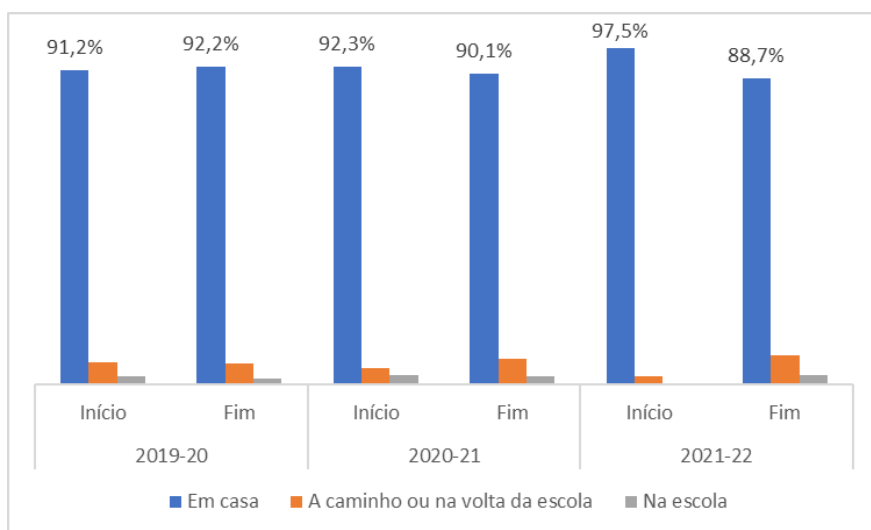


Figura 2.7 – Local de consulta de notícias

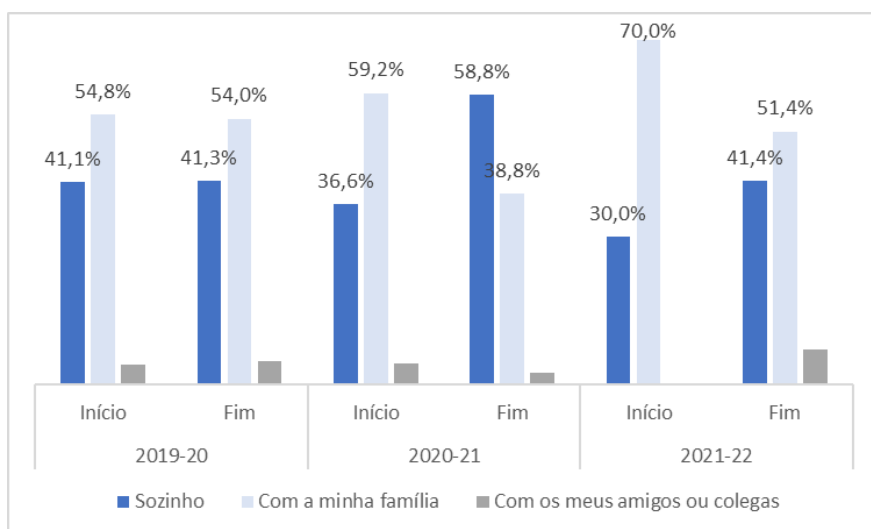


Figura 2.8 – Circunstância de consulta de notícias

Os estudantes consultam com maior frequência notícias em programas televisivos de notícias, nos canais de televisão noticiosos nacionais, nos *sites* noticiosos na internet, nas redes sociais de meios de comunicação social ou outras páginas *online* (figura 2.9).

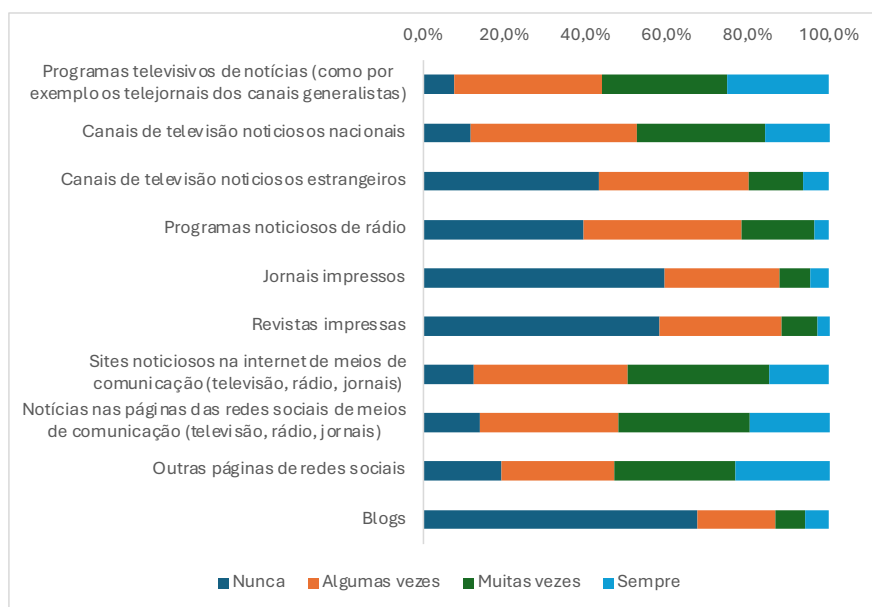


Figura 2.9 – Frequência de consulta de notícias por meio no início do projeto

Do início para o final dos trabalhos da Academia parece ter havido um aumento considerável na frequência de consulta de notícias nos meios referidos, com 35,2% dos respondentes a afirmar em 2022 que acedem a informação noticiosa pela televisão (uma diferença de 10 pontos percentuais desde 2019), e 34,8% através de *sites* noticiosos (uma diferença de 20 pontos percentuais), por exemplo (figura 2.10).

É de assinalar também que a maioria dos jovens (acima dos 50%) nunca, ou só algumas vezes, acede a notícias através de jornais, revistas ou blogs. No caso dos Jornais e revistas a percentagem diminuiu do início para o fim das atividades.

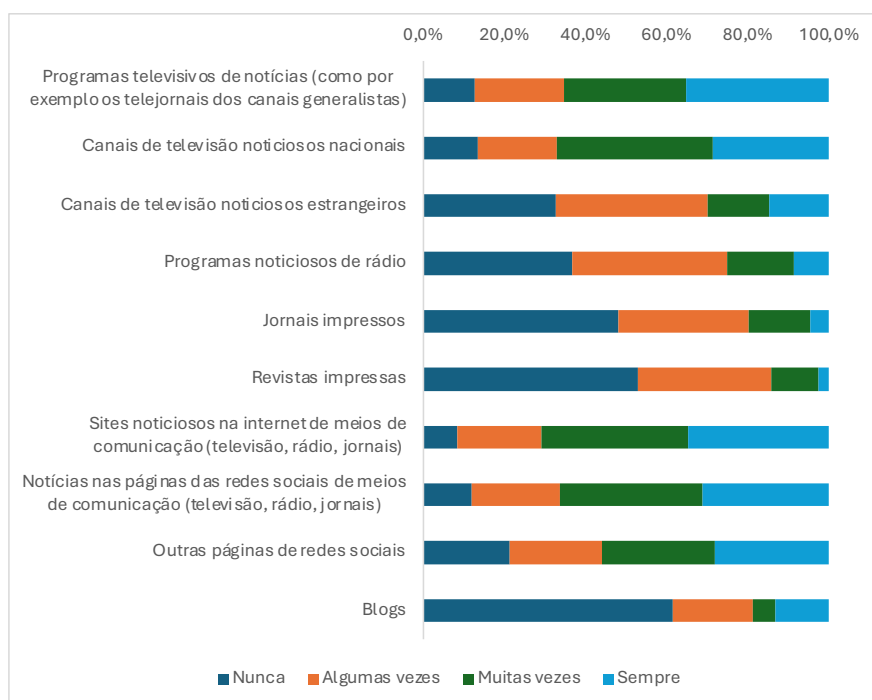


Figura 2.10 – Frequência de consulta de notícias por meio no final do projeto

Relativamente ao tempo utilizado pelos jovens na consulta de informação noticiosa nos diferentes meios de difusão, a tendência dos resultados é semelhante aos da frequência da consulta. Contudo, as redes sociais destacam-se como o meio com maior percentagem de participantes a indicar a duração de mais de 2 horas no consumo de notícias (figura 2.11).

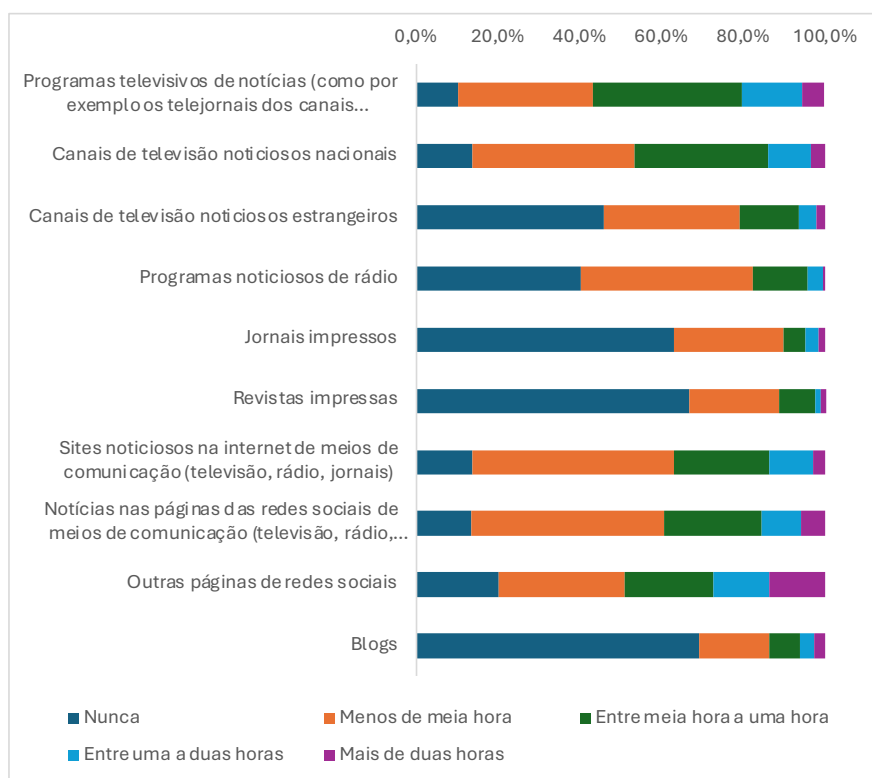


Figura 2.11 – Tempo de consulta de notícias por meio no início do projeto

Entretanto, o aumento do tempo de consulta de informação noticiosa acompanhou o aumento da frequência de consulta nos mesmos meios (figura 2.12).

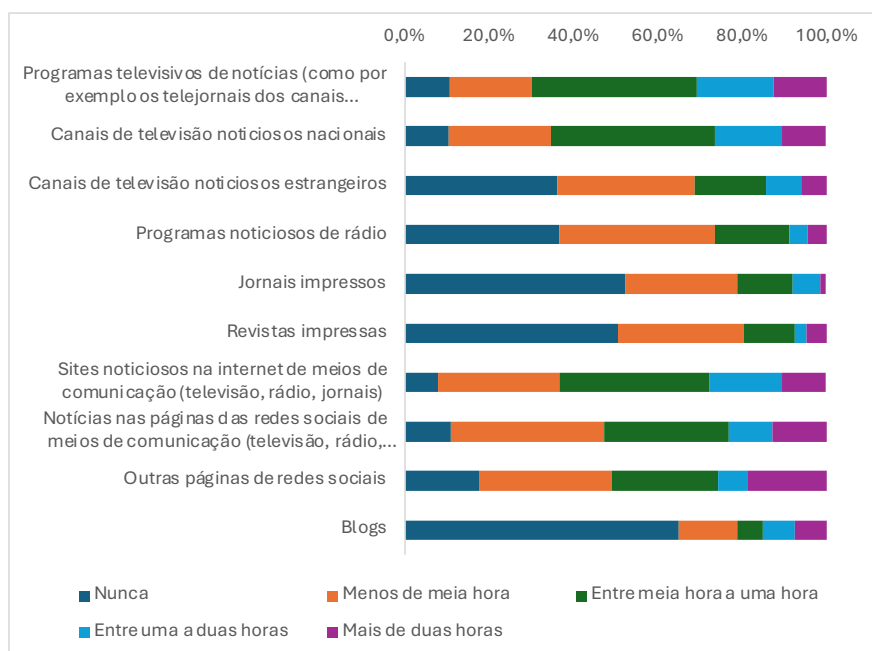


Figura 2.12 – Tempo de consulta de notícias por meio no final do projeto

Nos dispositivos usados no acesso a notícias destaca-se, num primeiro plano e com valores sempre acima dos 80%, a utilização do telemóvel e, num segundo, a televisão (entre os 48% e os 53%), e, por vezes, também o computador pessoal (entre os 23% e os 57%) (figura 2.13).

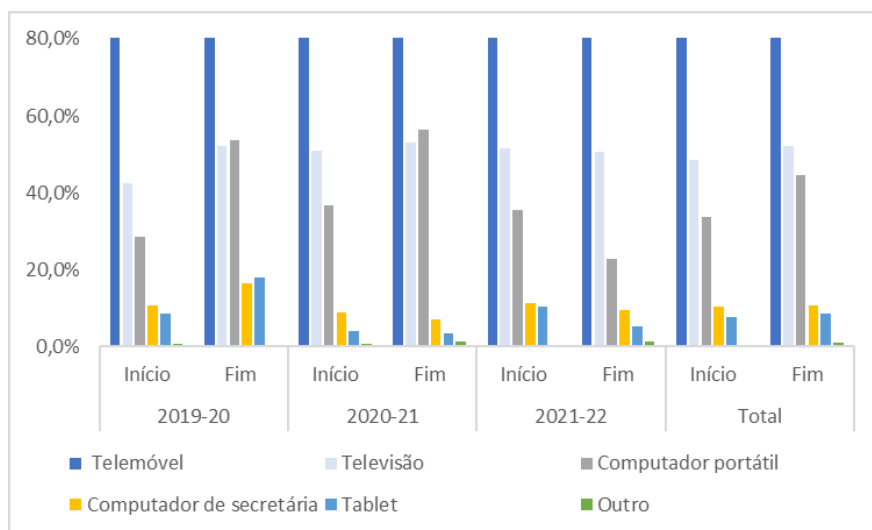


Figura 2.13 – Dispositivos usados na consulta de notícias

A experiência no contacto com as notícias é marcada pela família e pelos amigos para a maioria dos estudantes, pois assumem desde o início do projeto (figura 2.14), e até com maior prevalência no final (figura 2.15), que as notícias são vistas e discutidas, a maioria das vezes, em casa com a família e com os amigos. É relevante notar ainda que a maioria dos jovens assume ter dúvidas sobre a credibilidade das notícias que escolhe ler e ver, quando mais de 40% dos respondentes demonstra indecisão sobre se pode confiar nas notícias que consome (figura 2.14).

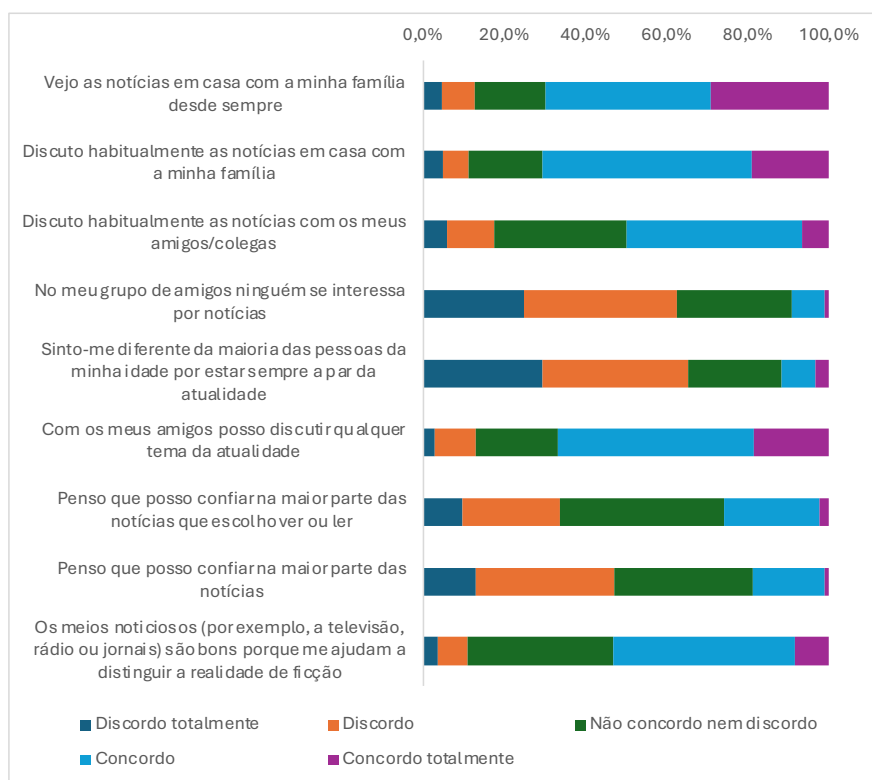


Figura 2.14 – Experiência no contacto com as notícias no início do projeto

No final do projeto verifica-se um ligeiro aumento de confiança na generalidade das notícias (de 34,1% para 34,8%), e uma maior diminuição de confiança nas notícias que os próprios jovens selecionam (de 40,3% para 31,4%) (figura 2.15). Contudo, uma tendência pertinente na experiência com as notícias destes jovens participantes da Academia tem a ver com o número de respostas que concordam, ou concordam totalmente, com o facto dos meios noticiosos, como a televisão, a rádio ou os jornais, ajudarem a distinguir a realidade da ficção (53,1% no início do projeto e 57% no final) (figuras 2.14 e 2.15).

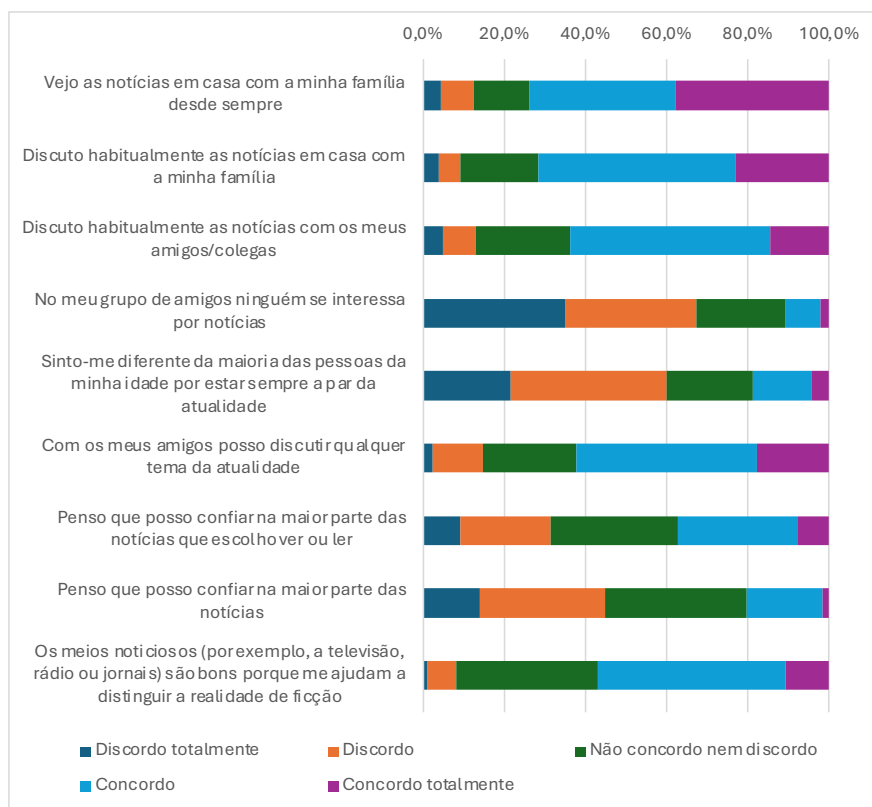


Figura 2.15 – Experiência no contacto com as notícias no final do projeto

A notícia

Quando se perguntou aos participantes o que mais os cativava numa notícia, o tema foi o elemento mais referenciado em todos os momentos. O jornalista que escreveu a notícia foi sempre o elemento menos referido. (figura 2.16).

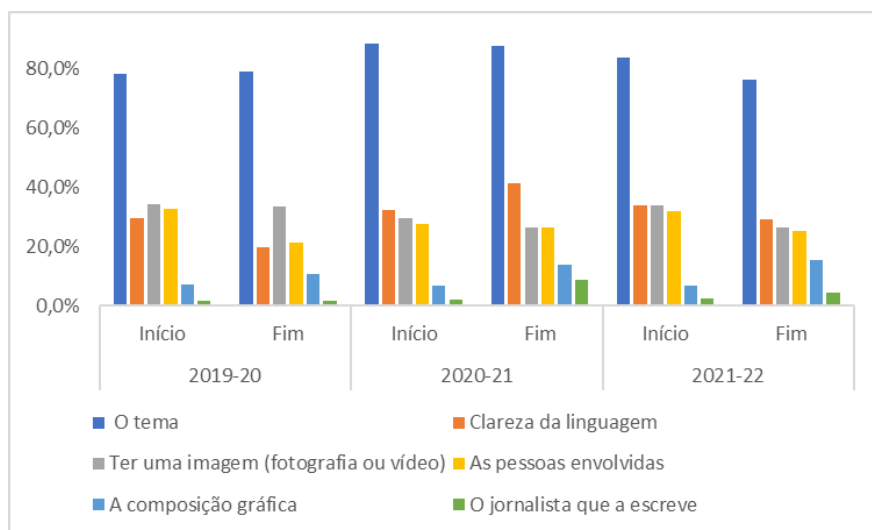


Figura 2.16 – Recordação dos elementos da notícia

Quando se pediu aos participantes que descrevessem a última notícia a que tiveram acesso, no total dos três anos, a identificação do tema, a composição gráfica, a clareza da linguagem ou as pessoas envolvidas foram sempre identificadas, contudo, só uma pequena minoria de estudantes (14 no início e 15 no final do projeto) conseguiu identificar o jornalista que escreveu a notícia. Relativamente ao tema da notícia, destaca-se a identificação da saúde e do desporto (figura 2.17).

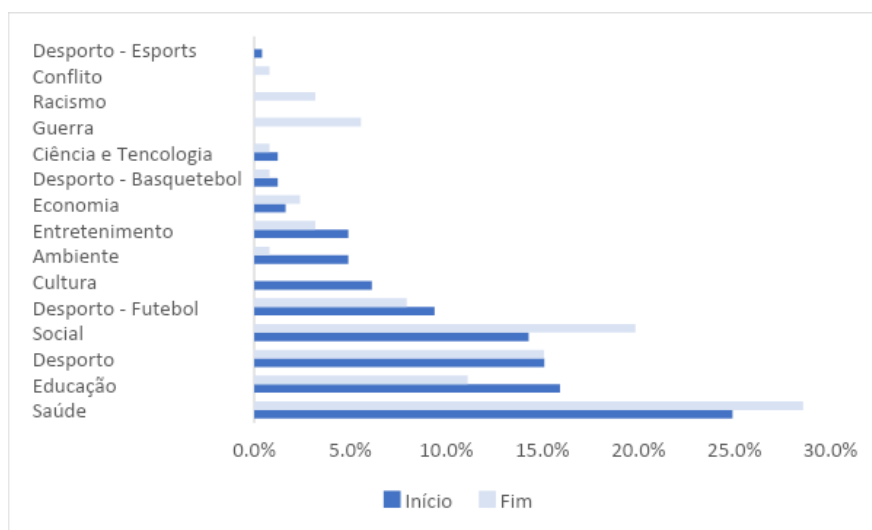


Figura 2.17 – Tema da última notícia a que acedeu

Nas figuras 2.18 e 2.19 mostram-se os temas com a predominância de palavras referidas pelos participantes no início do projeto e após três anos, estando de forma visual e clara a tendência de destaque da memória das notícias sobre desporto, a Covid 19 ou política. As figuras revelam uma evolução das preferências dos participantes em relação aos temas das notícias. No início, a recordação dos temas era mais dispersa, refletindo uma variedade de interesses. No entanto, no final do projeto, os temas de destaque concentraram-se em áreas específicas, como desporto, Covid-19 e política. Isso pode indicar uma mudança na consciência e no interesse dos participantes em relação a questões sociais e globais ao longo do projeto.

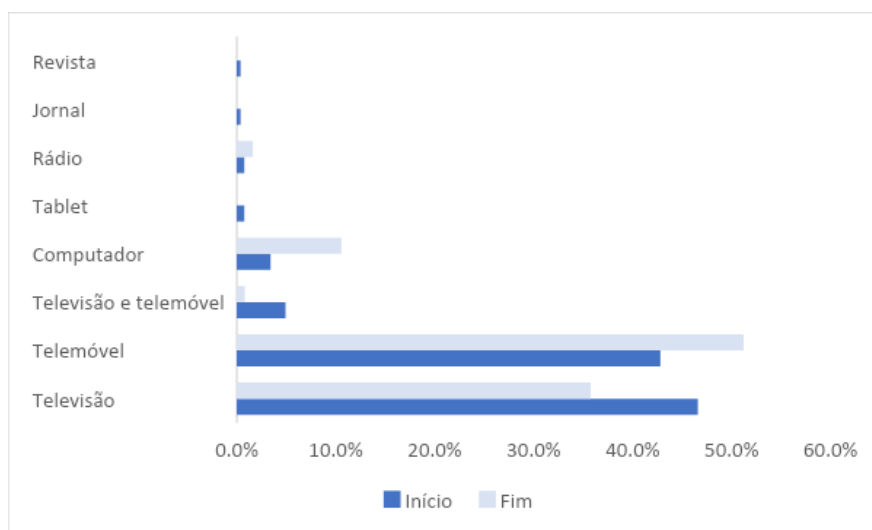


Figura 2.22 – Recordação do dispositivo usado na última notícia a que teve acesso

O tema e a clareza da linguagem são os aspetos mais apreciados na consulta de notícias (figura 2.23). É de destacar a inversão da percentagem de referências entre estes aspetos do início para o fim do projeto, pois o tema recebia a preferência da maioria dos respondentes no início do projeto (42,3%), enquanto a clareza da linguagem passa a ser o aspeto mais importante nas notícias no final do projeto (39,2%).

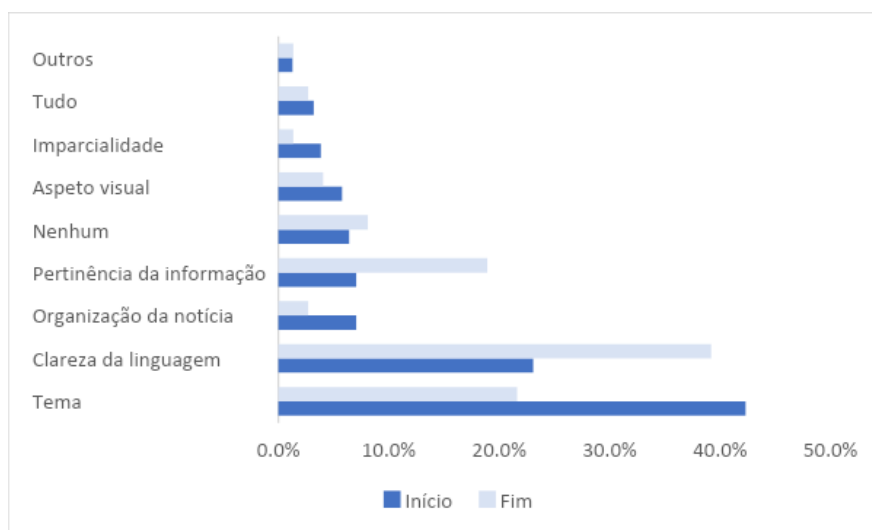


Figura 2.23 – Recordação de um aspeto de que gostou na última notícia a que teve acesso

Nas figuras 2.24 e 2.25 mostram-se as referências usadas pelos participantes em nuvem de palavras.

Por outro lado, no final do projeto, há uma mudança perceptível no destaque dos participantes para o tipo de linguagem utilizada nas notícias. Isso permite pensar que, ao longo do tempo, os participantes possam ter desenvolvido uma maior sensibilidade em relação à forma como as notícias são apresentadas e comunicadas. A manutenção do destaque para o tema indica que a importância do assunto ainda é reconhecida, mas agora é complementada pela atenção à forma como as notícias são comunicadas. Essa mudança na percepção pode indicar um amadurecimento no entendimento dos participantes sobre a natureza das notícias e a importância tanto do conteúdo quanto da forma de apresentação, sugerindo que, ao longo do projeto, os participantes desenvolveram uma apreciação mais refinada pela forma como as notícias são partilhadas, valorizando a clareza, objetividade ou qualidade da escrita jornalística. Também pode refletir uma maior consciência sobre a influência da linguagem na interpretação e na compreensão das notícias.



Figura 2.25 – Recordação de um aspeto de que gostou na última notícia a que teve acesso (no final do projeto)

A maioria dos participantes referiu que não encontrou qualquer aspeto que dificultasse a sua compreensão na última notícia a que teve acesso (figura 2.26). Os aspetos apontados, como a linguagem, a letra a imagem ou a escrita, foram referidos por poucos participantes.

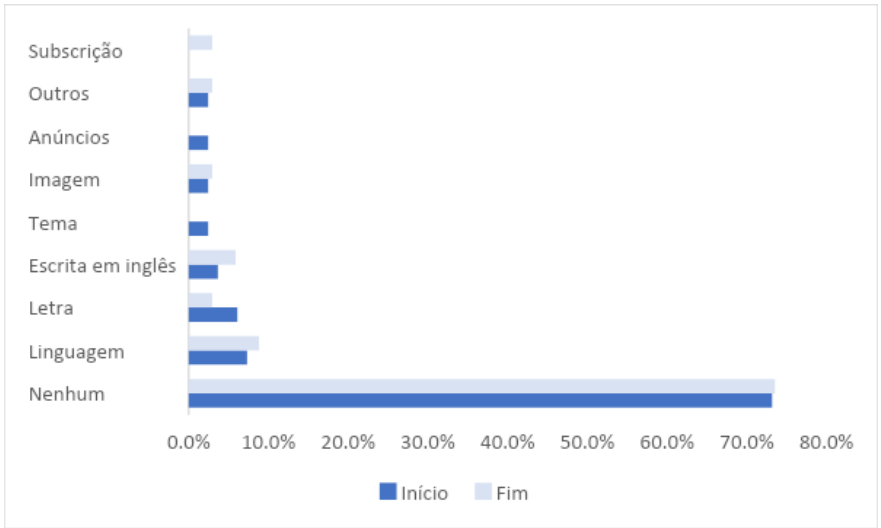


Figura 2.26 – Recordação de um aspeto que dificultou a compreensão na última notícia a que teve acesso



Figura 2.27 – Recordação de um aspeto que dificultou a compreensão na última notícia a que teve acesso (no início do projeto)

Da observação das figuras 2.27 e 2.28 apresentam-se as referências feitas pelos participantes e destaca-se o facto de no final do projeto serem recordados menos aspetos a dificultarem a compreensão das notícias. O facto de existirem menos menções a aspetos que dificultam a compreensão das notícias no final da intervenção da Academia sugere que os participantes podem ter desenvolvido competências de leitura crítica e maior familiaridade com a linguagem e os elementos visuais utilizados na apresentação das notícias. Isso pode ser resultado da experiência adquirida com as atividades realizadas ao longo do projeto, que os ajudaram a tornar-se consumidores de informação mais hábeis e conscientes. Ou seja, os dados podem indiciar um progresso positivo na capacidade dos participantes de compreender e avaliar as notícias.



Figura 2.28 – Recordação de um aspeto que dificultou a compreensão na última notícia a que teve acesso (no final do projeto)

O/A jornalista e o jornalismo

Pediu-se aos participantes da Academia da Leitura que responderam aos questionários que indicassem três características principais que um jornalista deveria ter. A grande maioria conseguiu identificar pelo menos duas características. Já na terceira característica nota-se uma percentagem de resposta mais baixa (tabela 1), o que pode indicar que existe alguma dificuldade ou incerteza entre os participantes para identificar uma terceira qualidade essencial. Uma possível interpretação para este resultado tem a ver com limitações na perceção das características do jornalista, porque o entendimento do papel do jornalista e das qualidades necessárias é limitado.

Isso pode refletir também uma falta de exposição ou conhecimento sobre as múltiplas facetas do jornalismo, sendo um pedido para identificar três características principais de um jornalista uma tarefa desafiadora para os jovens participantes, especialmente se não tiverem familiaridade com a área. Contudo, a baixa percentagem de respostas para a terceira característica pode refletir vazios individuais na percepção e priorização das qualidades do jornalista, que revela a importância de investir numa educação para o jornalismo mais abrangente e de promover discussões em grupo para explorar e entender melhor as qualidades essenciais dos profissionais da informação.

Tabela 1 – Percentagem de participantes que identificou as características do jornalista

Características	2019-2020		2020-2021		2021-2022		Total	
	Início	Fim	Início	Fim	Início	Fim	Início	Fim
1ª Característica	76,9%	75%	86,8%	73,7%	82,1%	78,6%	77%	75,7%
2ª Característica	70,8%	70,3%	78,5%	64,5%	77,7%	77,1%	71%	70,5%
3ª Característica	58,5%	56,3%	62,5%	56,6%	66,1%	71,4%	58%	61,4%

As figuras 2.29 e 2.30 exibem as palavras mais referidas na identificação das características do jornalista no início e final do projeto, onde se pode destacar a *clareza e a imparcialidade, o saber, a linguagem, a informação ou a honestidade*, por exemplo. Estes dados revelam que os participantes da Academia da Leitura atribuem grande importância a um conjunto de características fundamentais para garantir a qualidade e a credibilidade do jornalismo, refletindo as expectativas do público em relação aos profissionais da área. A presença significativa de palavras como *clareza e imparcialidade* sugere que os participantes valorizam a capacidade de os jornalistas comunicarem de forma clara e objetiva, sem viés ou parcialidade. Indica também a importância atribuída à transparência e à neutralidade na partilha das notícias. A identificação de palavras como *saber e informação* ressalta a percepção dos participantes de que os jornalistas devem ser bem informados e ter conhecimento sólido sobre os assuntos que estão a cobrir, revelando uma expectativa de que os jornalistas sejam especialistas das suas áreas de

[illegible]

72



Figura 2.30 – Palavras mais referidas como características de um jornalista no final do projeto

As figuras 2.31 e 2.32 mostram as respostas dos participantes à pergunta “na sua opinião, o que é o “bom jornalismo?” no início e no fim do projeto.



Figura 2.31 – Palavras mais referidas como características de “bom jornalismo” no início do projeto

A identificação de palavras como a *informação*, as *notícias*, os *factos* ou a *imparcialidade* fazem parte das respostas recorrentes em ambos os momentos da intervenção, com uma ligeira tendência para a concentração de palavras que fazem parte do campo lexical da *informação* e de *verdade* no final do projeto. Esta evolução sutil ao longo do projeto, com uma maior valorização da precisão e integridade jornalística no final do projeto, sugere um progresso na compreensão dos participantes sobre os princípios fundamentais do jornalismo e o seu papel na sociedade. O fato de palavras como *informação*, *notícias*, *factos* e *imparcialidade* serem identificadas como elementos do “bom jornalismo”, tanto no início quanto no final do projeto, indica uma consistência nas percepções dos participantes ao longo do tempo, o que pode indicar que esses atributos são amplamente reconhecidos como fundamentais para a prática jornalística de qualidade. O destaque também dado à *imparcialidade* em ambas as fases do projeto é notável e sugere que os participantes reconhecem a importância da diversidade das fontes, neutralidade e equilíbrio na cobertura jornalística. Isso reflete a expectativa de que os jornalistas forneçam uma perspectiva justa e objetiva sobre os eventos, evitando comprometimentos e parcialidade. Aliás, a observação de uma ligeira tendência para a concentração de palavras relacionadas à *informação* e à *verdade* no final do projeto é significativa, pois revela uma maior valorização da verificação dos factos na importância da precisão e da veracidade na produção e disseminação das notícias. Essa mudança pode sugerir um maior entendimento adquirido ao longo do projeto sobre a importância da integridade jornalística e da responsabilidade na divulgação de informações.

As figuras de 2.33 a 2.34 mostram os canais de televisão de notícias mais identificados pelos participantes. Neste caso, considerando que se trata de um canal de televisão de notícias, os mais mencionados pelos inquiridos foram os canais generalistas portugueses SIC e TVI, bem como os canais de notícias portugueses SIC Notícias, TVI 24 e CMTV.

Figura 2.33 – Canais de televisão de notícias mais recordados no início do projeto

A observação de uma menor variabilidade de canais referidos no final do projeto pode indicar uma tendência de concentração nas fontes de notícias mais reconhecidas e confiáveis e pode ser interpretado como uma maior consciência por parte dos jovens sobre onde encontrar informações relevantes e de qualidade, resultando em uma seleção especializada na pesquisa de fontes alternativas. De salientar que os jovens afirmaram que o acesso à informação noticiosa em casa é feito com a família, donde a escolha do canal pode não ser deles, mas dos seus pais. Em resumo, os dados das figuras 2.33 e 2.34 revelam uma preferência dos participantes pelos canais de televisão de notícias mais estabelecidos e reconhecidos, destacando a importância da familiaridade e confiabilidade na escolha das fontes de informação. Além disso, mostram uma estabilidade nas preferências ao longo do projeto, com uma tendência de concentração em um conjunto específico de canais no final do projeto.



Figura 2.34 – Canais de televisão de notícias mais recordados no início do projeto

Relativamente aos jornais impressos, o mais mencionado pelos jovens é o semanário Expresso, sendo acompanhado pelo Correio da Manhã, o Público e ainda dois jornais desportivos, A Bola e o Record (figuras 2.35 e 2.36). De notar uma maior concentração de respostas para o jornal Público e Diário de Notícias no final do projeto, mantendo-se o Expresso como escolha

predominante. O destaque do semanário Expresso como o jornal mais mencionado pelos jovens participantes sugere que ele desfruta de uma posição de destaque nos *media* em Portugal. Isso pode ser atribuído à sua reputação de qualidade jornalística, diversidade de conteúdo e alcance nacional. Além do Expresso, é interessante observar a variedade de jornais mencionados, incluindo o Correio da Manhã, o Público e jornais desportivos como A Bola e o Record, que sugere que os participantes têm interesses diversos e que diferentes jornais atendem a diferentes necessidades e preferências de informação. O aumento na identificação do Público e do Diário de Notícias no final do projeto pode indicar uma mudança nas preferências dos participantes ao longo do tempo, que pode ser atribuído a vários fatores, como uma maior apreciação pelo estilo editorial desses jornais, a cobertura de notícias mais relevante ou uma maior consciência sobre questões específicas abordadas por estes meios de comunicação social. Contudo, apesar da variação nas preferências dos participantes ao longo do projeto, o Expresso mantém sua posição como escolha predominante, o que demonstra uma confiança contínua na qualidade, relevância e notoriedade desse jornal entre os jovens participantes da Academia.



Figura 2.37 – Revistas de notícias impressas mais recordadas no início do projeto

Assim, na nuvem de palavras em 2.37 e 2.38 podemos ver a revista Visão bastante mencionada, mas ultrapassada pela revista Caras, seguida pela revista Maria, e a identificação do jornal Expresso, que ganha até destaque nas respostas de final do projeto. Entretanto, praticamente todas as restantes revistas mencionadas publicam conteúdo sobre sociedade e celebridades. A observação de que os jovens associam as revistas de notícias à chamada imprensa “cor-de-rosa” sugere que eles percebem essas publicações como fontes de narrativas focadas em celebridades, intriga e entretenimento. Donde se pode concluir que existe uma imagem estereotipada das revistas, influenciada pela exposição a determinados tipos de *media* ou pela cultura mediática contemporânea. A análise permite destacar esta confusão entre revistas e jornais por parte dos participantes, que indica uma falta de familiaridade com os diferentes tipos de publicações impressas e as suas respetivas especificidades e abordagens de conteúdo. Esta confusão pode ser resultado de uma falta de educação mediática ou experiência limitada

de leitura de revistas de notícias e de contacto com diferentes tipos de órgãos de comunicação social. O fato de que praticamente todas as revistas mencionadas publicam conteúdo sobre sociedade e celebridades reforça a associação das revistas com temas de entretenimento e intriga. Isso demonstra uma predominância de interesse dos participantes por esse tipo de conteúdo, pelo menos na percepção inicial. A referência frequente da revista Caras, seguida pela revista Maria, sugere uma forte associação das revistas de notícias com conteúdo de celebridades e sociedade e está alinhado com a percepção inadequada dos participantes sobre as revistas de notícias como parte da imprensa “cor-de-rosa”. A ascensão da revista Visão e a menção do jornal Expresso nas respostas finais do projeto indicam uma possível mudança nas preferências dos participantes ao longo do tempo, com uma apreciação crescente por publicações que oferecem conteúdo jornalístico e informativo.



Figura 2.38 – Revistas de notícias impressas mais recordadas no final do projeto

Em relação aos sites de notícias, muitos inquiridos no final do projeto optaram por não responder e, como podemos observar, verificou-se uma grande diversidade de respostas (figuras 2.39 e 2.40).



Figura 2.39 – Sites de notícias mais recordados no início do projeto

Do que foi possível concluir, os *sites* mais consultados são *sites* de órgãos de comunicação social portugueses, neste caso, do Observador, Correio da Manhã, Sapo, Diário de Notícias ou Público. A observação de que muitos participantes optaram por não responder sobre os *sites* de notícias no final do projeto pode sugerir uma falta de interesse ou conhecimento específico sobre este aspeto devido a várias razões, como falta de familiaridade com determinados *sites* ou falta de engajamento *online* com notícias. A diversidade de respostas indica, por outro lado, que os participantes consultam fontes de notícias *online* muito diferentes, refletindo, simultaneamente, a natureza fragmentada do ambiente dos *media* digitais, onde há uma multiplicidade de opções disponíveis para os consumidores de notícias. Apesar da diversidade de respostas, o facto de os *sites* de órgãos de comunicação social portugueses, como o Observador, Correio da Manhã, Sapo, Diário de Notícias e Público serem os mais consultados pelos participantes sugere uma preferência por fontes de notícias nacionais e confiáveis. Esta preferência por *sites* de órgãos de comunicação social reconhecidos pode indicar

uma valorização da credibilidade e confiabilidade das fontes de notícias, o que aponta para a possibilidade de os participantes reconhecerem a importância de aceder a informações de fontes confiáveis e respeitáveis para se manterem informados. Ou seja, a variabilidade de comportamentos dos participantes da Academia em relação ao acesso a *sites* de notícias espelha a complexidade dos *sites* (de notícias) disponíveis na internet e aponta para uma preferência geral por fontes de notícias nacionais e reconhecidas, em detrimento de fontes menos conhecidas ou estrangeiras.



Figura 2.40 – Sites de notícias mais recordados no final do projeto

No caso das estações de rádio que mais identificam, é possível observar que as mais populares entre o total dos jovens estudantes inquiridos são a Rádio Comercial e a RFM, ou seja, rádios com um conteúdo mais direcionado para o entretenimento e para a música, com uma pequena vertente informativa. Desta forma, os jovens parecem estar mais inclinados para procurar entretenimento e música nas suas escolhas de rádio, que pode ser reflexo da preferência comum da juventude por conteúdos mais leves e descontraídos.



Figura 2.41 – Estações de rádio mais recordadas no início do projeto

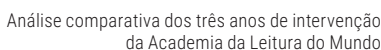
Relativamente às rádios mais informativas e com um carácter mais jornalístico, são identificadas a TSF e a Antena 1, mas com menor frequência em relação às outras respostas mais significativas dos jovens participantes (figuras 2.41 e 2.42). Assim, embora haja um segmento de jovens que valoriza conteúdos mais informativos e jornalísticos, ele é consideravelmente menor em comparação com aqueles que preferem entretenimento e música. Tal situação pode indicar uma tendência entre os jovens de consumir informações de outras fontes além do rádio, como redes sociais e *sites* de notícias *online*. A análise dos dados ressalta que há uma relativa variedade de preferências entre os jovens estudantes, o que reflete a multiplicidade de interesses e gostos dentro dessa faixa etária, mostrando que não há uma preferência única e homogênea em relação às estações de rádio. A observação de que as rádios mais populares entre os jovens estudantes têm uma vertente informativa mínima pode indicar um interesse por meios que disponibilizem conteúdos que combinam entretenimento com uma dose moderada de informação. Para além disso, o acesso à informação através da rádio pode estar associado ao momento em que estão, provavelmente, acompanhados dos pais no carro. Esta análise também pode ser útil para compreender os consumos de *media* dos jovens e orientar estratégias de programação e conteúdo informativo para as estações de rádio.



Figura 2.42 – Estações de rádio mais recordadas no final do projeto

Em relação à figura do jornalista, a vasta maioria das respostas menciona jornalistas que trabalham em televisão, nomeadamente *pivots*. Ou seja, os inquiridos reconhecem estes jornalistas devido à sua exposição diária nos ecrãs televisivos, tendo, por isso, mais visibilidade do que os outros. A televisão é uma plataforma de massas que alcança um amplo público diariamente, o que explica a maior visibilidade dos jornalistas que trabalham nesse meio. De entre os jornalistas, os mais mencionados foram os *pivots* do *Jornal da Noite* da SIC, Rodrigo Guedes de Carvalho e Clara de Sousa, os *pivots* do *Jornal das 8* da TVI José Alberto Carvalho e Judite de Sousa, e, com menor frequência, José Rodrigues dos Santos da RTP (figuras 2.43 e 2.44). Estes profissionais têm, de facto, uma presença destacada na televisão portuguesa e são reconhecidos pelo público, o que sugere que têm um papel significativo na formação da opinião pública e na disseminação de informações. A preferência pelos pivots de determinados telejornais pode refletir a notoriedade e a influência da cobertura jornalística desses programas.

88



88

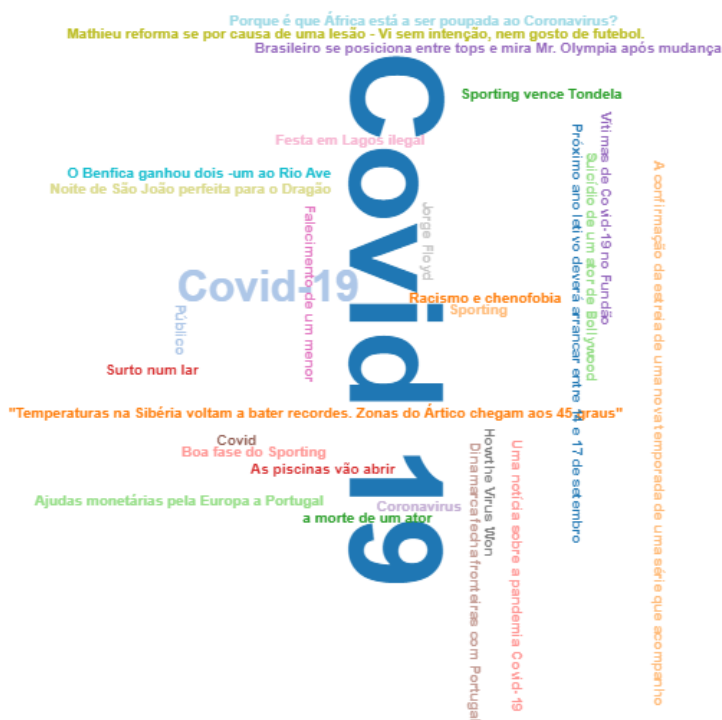


Figura 2.46 – Descrição da última notícia a que acedeu no final do projeto no primeiro ano (2019-2020)

Entre o início do projeto e o segundo anos é bem visível como o tema da Covid 19 ganha enorme relevância no âmbito das notícias que foram acedidas, enquanto os temas desportivos a perdem. Ou seja, nota-se uma variação na relevância dos temas ao longo dos três anos do projeto. Enquanto a Covid-19 mantém a sua relevância, os temas desportivos experimentam uma oscilação, voltando a ganhar destaque no último ano do projeto. Essa mudança pode refletir tanto a evolução dos eventos desportivos quanto o interesse renovado dos participantes por esses temas.

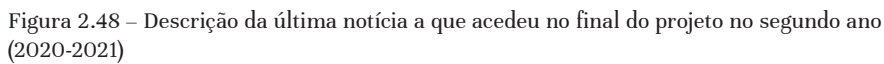




Figura 2.49 – Descrição da última notícia a que acedeu no início do projeto no terceiro ano (2021-2022)

Um ponto interessante observado é a nota sobre a dificuldade dos participantes em lembrar ou descrever a última notícia acedida (figura 2.50), especialmente no último ano do projeto. Isso pode indicar uma saturação de informações ou uma diminuição do interesse em acompanhar as notícias devido à fadiga informativa ou a outros fatores externos.



Figura 2.50 – Descrição da última notícia a que acedeu no final do projeto no terceiro ano (2021-2022)

Monitorização do projeto

Nesta secção registam-se as atividades desenvolvidas pelos participantes, as aprendizagens identificadas e as dificuldades sentidas através de resposta ao Diário de Bordo partilhado no final de cada atividade desenvolvida pela agenda dos três anos da Academia.

As figuras 3.1, 3.2 e 3.3 mostram as referências à diversidade de tarefas, aprendizagens e dificuldades identificadas pelos participantes no projeto no ano 2019-20.



Figura 3.2 – Descrição das aprendizagens identificadas pelos participantes em 2019/2020.

Observa-se uma grande diversidade de respostas e percebe-se que o carácter prático e dinâmico das atividades são alvo de destaque, tal como a importância da discussão dos temas essenciais sobre a informação mediática, e a consciência da importância da interação, presencialmente, com jornalistas. A Academia da Leitura procurou sempre envolver todos os jovens participantes de forma ativa e comprometida, no sentido de promover uma aprendizagem eficaz e significativa, capaz de proporcionar aos jovens experiências concretas de aplicar o que aprendem em situações do mundo real. A análise dos dados permite destacar, por outro lado, o reconhecimento dos participantes da importância dada à discussão de temas relevantes da

atualidade, o que prova que a agenda de atividades da Academia não se limitou à transmissão de informações, mas promoveu uma reflexão crítica e o debate de questões relevantes relacionadas os *media* e a sociedade. É interessante, ainda, notar que os participantes reconhecem a importância da interação presencial com jornalistas, o que sugere que o contato direto com profissionais da área contribui para uma compreensão mais profunda do funcionamento dos *media* e das práticas jornalísticas, além de proporcionar contributos valiosos sobre as oportunidades e desafios da profissão.



Figura 3.3 – Descrição das dificuldades sentidas pelos participantes em 2019/2020.

Um ponto notável é que a maioria dos jovens não reconhece ter tido qualquer dificuldade durante as atividades do primeiro ano de intervenção da Academia (Figura 3.3), o que pode indicar que a agenda de atividades foi bem estruturada e adaptada às necessidades dos participantes, proporcionando um ambiente de aprendizagem favorável e acessível. Em suma, a análise destes dados destaca a diversidade de tarefas e aprendizagens proporcionadas pela Academia da Leitura, enfatizando o caráter prático e

As figuras 3.4, 3.5 e 3.6 mostram as referências às tarefas, aprendizagens identificadas e dificuldades sentidas pelos participantes no projeto no ano 2020-21.



Em 2020/2021, no que diz respeito às tarefas realizadas mantem-se a diversidade das tarefas, mas têm maior destaque a *visita a museu* e a *introdução ao jornalismo*.



Figura 3.5 – Descrição das aprendizagens identificadas pelos participantes em 2020/2021.

As aprendizagens identificadas pelos participantes do segundo ano da agenda de trabalhos da Academia continuam a ser múltiplas, com grande destaque dado às aprendizagens relacionadas com jornalismo, como se pode constatar pelas respostas apresentadas na figura 3.5. Este dado reforça a ideia de que os participantes valorizaram especialmente a oportunidade de aprender sobre os princípios e práticas do jornalismo, sugerindo um interesse crescente nessa área entre os envolvidos no projeto.



Figura 3.9 – Descrição das dificuldades sentidas pelos participantes em 2021/2022.

Mantendo a tendência verificada nos outros dois anos de intervenção, a maioria dos jovens participantes na intervenção da academia de 2021/2022 não identifica nenhuma, ou quase nenhuma, dificuldade durante as atividades desenvolvidas. Esta constatação sugere que a Academia conseguiu criar um ambiente de aprendizagem confortável e acessível, onde os participantes se sentiram confiantes e apoiados para explorar e aprender. Neste sentido, tendo em conta os dados apresentados, o projeto atingiu os seus objetivos na medida em que proporcionou uma experiência educacional vasta e enriquecedora para os jovens participantes. A variedade de tarefas, as aprendizagens adquiridas e a baixa identificação de dificuldades refletem uma abordagem eficaz na promoção da literacia mediática e no desenvolvimento de competências críticas entre os jovens.

CARTÃO DE IDENTIDADE

Nome: Academia da Leitura do Mundo em Portalegre

Coordenação: Instituto Politécnico de Portalegre -
Escola Superior de Educação e Ciências Sociais

Logotipo:  **POLITÉCNICO
DE PORTALEGRE**
Escola Superior
de Educação
e Ciências Sociais

Público-Alvo: Jovens estudantes do Agrupamento de
Escolas do Bonfim, em Portalegre

Número total de participantes: 61 estudantes

Implementadores: Professores, investigadores, da
Escola Superior de Educação e Ciências Sociais, jorna-
listas e entidades parceiras.

Nº de sessões: 8 - 10 sessões por ano

Duração: 60-90 minutos cada sessão

Entidades parceiras: News Museum, Rádio Portalegre,
Jornal Alto Alentejo e Rádio Comercial

A ACADEMIA EM PORTALEGRE: COMPREENDER OS *MEDIA* NO INTERIOR DO ALENTEJO

Luís Bonixe, Instituto Politécnico de Portalegre

/Instituto de Comunicação da Nova

Adriana Guimarães, Instituto Politécnico de Portalegre

/ Centro de Literaturas e Culturas Lusófonas e Europeias

Luís Pinheiro, Instituto Politécnico de Portalegre

Nuno Fernandes, Instituto Politécnico de Portalegre

Patrícia Ascensão, Instituto Politécnico de Portalegre,

Instituto de Comunicação da Nova

Caracterização sociodemográfica

O projeto decorreu com a participação de dois grupos de estudantes do Agrupamento de Escolas do Bonfim, em Portalegre, o de Intervenção, com o qual foram desenvolvidas as atividades, e o de Comparação. O grupo de Intervenção integrou 61 estudantes nos três anos da Academia. No primeiro, as atividades foram realizadas com uma turma do 10º ano do ensino profissional em Técnico de Gestão de Produtos Informáticos, acompanhados pela professora de Português. Nos dois anos seguintes, as turmas frequentaram o ensino secundário regular, embora de áreas diferentes. Em 2020-2021 os alunos frequentavam o 12º ano de Línguas e Humanidades e em 2021-2022 a área de Ciências e Tecnologias, acompanhados pela mesma professora das disciplinas de Português e Cidadania. Estiveram também envolvidos no projeto, alunos do curso da licenciatura em Jornalismo e Comunicação da Escola Superior de Educação e Ciências Sociais do Instituto Politécnico de Portalegre. Os Grupos de Comparação

foram constituídos nos três anos por estudantes do ensino regular, nos dois primeiros com turmas do 11º ano e no último com um grupo do 12º ano.

Com base no inquérito respondido pelos alunos, procedemos à caracterização sociodemográfica dos participantes focando-nos no Grupo de Intervenção. Assim, dos 61 estudantes que integraram esse grupo, contam-se 32 rapazes e 22 raparigas, sendo que 7 participantes deixaram esta questão em branco. A maior parte dos estudantes, 52,56%, tinha, à data da sua participação, 16 anos de idade e 18,03%, 17 anos. A cidade é o local onde 34,43% dos participantes vive, seguindo-se a aldeia (26,23%) e a vila (22,95%). 16,39% não responderam a esta questão. Relativamente ao aproveitamento escolar, verificámos que a maior parte (55,74%) nunca reprovou e 14,75% reprovou uma vez. Há apenas um caso de um estudante com três reprovações.

Relativamente à caracterização do contexto familiar dos participantes do Grupo de Intervenção, constatámos que a maior parte dos estudantes vive com os pais e irmãos, sendo que oito revelaram que vivem com apenas um dos pais e três com os avós. Entre os alunos que reponderam a esta questão, apenas 10 não têm irmãos. Nenhum dos participantes indicou ter necessidades educativas especiais.

Quanto à caracterização dos pais, a esmagadora maioria tem idades entre os 40 e os 50 anos de idade. A maior parte concluiu o ensino superior, verificando-se uma maior prevalência no caso da Mãe (21). Em relação ao Pai, embora predomine o ensino superior (19), o valor é muito próximo daqueles que possuem apenas o ensino secundário (17). De acordo com as respostas dos alunos, nenhuma Mãe estava desempregada à data do projeto, registando-se apenas um Pai sem emprego e um outro reformado. Em seis casos, verificámos a existência de divórcios, um viúvo e um caso de solteiro. Duas famílias recebiam apoio social à data do projeto.

Atividades

No decorrer da Academia, foram desenvolvidas 17 sessões. O primeiro ano esteve longe do esperado, uma vez que das oito atividades previstas, apenas foi possível desenvolver quatro devido às restrições impostas pela covid-19. No ano seguinte, em 2021-2022, apesar de ainda vigorarem algumas restrições, foi possível planificar as atividades, tendo em conta que esse cenário já não representava uma novidade. Assim, foram realizadas todas as sessões previstas, totalizando oito. O último ano do projeto voltou a ser afetado pela pandemia, sobretudo na fase final, dado que vários dos participantes foram infetados com a doença, inviabilizando a realização das últimas três atividades, ficando-se apenas com cinco sessões efetuadas.

Notícias falsas e desinformação, especificidade do papel do jornalista no contexto dos *media*, ética e deontologia do jornalismo, serviço público de *media*, e os mecanismos de reprodução e reconstrução da realidade através do jornalismo foram algumas das temáticas abordadas nas atividades.

Seguiu-se uma metodologia teórico-prática para o tratamento dos vários temas, o que implicou a realização de algumas sessões expositivas e debate com os estudantes tendo por base casos concretos. Nas sessões práticas, os estudantes tiveram a oportunidade de fazer trabalho jornalístico nos estúdios de televisão e rádio. Entre as atividades mais práticas, os participantes criaram um *podcast*, uma notícia em vídeo e uma notícia em formato multimédia, produtos que foram publicados no jornal *online* do curso de Jornalismo e Comunicação da Escola Superior de Educação e Ciências Sociais do Instituto Politécnico de Portalegre, parceiro do projeto¹.

A planificação das atividades pretendeu também envolver os alunos que integraram o Grupo de Intervenção, pedindo-lhes que sugerissem sessões que gostassem de realizar. Nesse contexto foi levada a cabo uma sessão com

1. Podcast disponível no endereço <http://jconline.esep.pt/index.php/2021/06/07/jornalismo-e-os-estudantes/> Peça de vídeo disponível no endereço: <http://jconline.esep.pt/index.php/2021/06/07/alunos-do-11o-a-da-escola-mouzinho-da-silveira-desempenham-uma-atividade-jornalistica/>

dois jornalistas, Tânia Paiva da *Rádio Comercial* e Tiago Silva do jornal *Alto Alentejo*. O objetivo, sugerido pelos estudantes, foi perceber as diferenças no trabalho realizado num meio de comunicação nacional e noutra local. As atividades desenvolvidas em Portalegre envolveram ainda uma visita à Rádio Portalegre e duas visitas virtuais ao *News Museum*. Foram ainda realizadas ações utilizando jogos sobre literacia mediática, ética e deontologia no jornalismo utilizando para tal a plataforma *Kahoot*.

O carácter eminentemente prático das atividades desenvolvidas proporcionou a descoberta do sistema mediático e ao mesmo tempo foi um momento de convergência de saberes e de desafios às capacidades de cada um. Foi também tempo para tornar perceptível aos alunos que os *media* não refletem a realidade tal e qual ela é, que não são espelhos da realidade, mas antes que constroem ou representam a realidade com símbolos que necessitamos decodificar.

A reação dos estudantes foi sempre muito positiva. No final dos exercícios, os estudantes foram convidados a responder à seguinte pergunta: “Qual a sessão ou temática que achou mais interessante neste projeto?”. Os números, como podemos observar no Gráfico I, falam por si: 37% dos jovens portalegrenses identificaram a atividade prática nos estúdios de rádio e de televisão como a mais interessante. Neste caso, convém ressaltar, a atividade proporcionou um melhor conhecimento dos meios, tanto a nível mais técnico como no domínio das linguagens. Além disso, foi desenvolvido o espírito crítico, a criatividade e a capacidade de se expor perante si e os outros.

Uma outra nota que também merece destaque é o facto de 12% dos alunos terem afirmado que gostaram de todas as atividades. Tais constatações permitem-nos deduzir que a aposta foi positiva e que o projeto, além de necessário, foi de interesse geral.

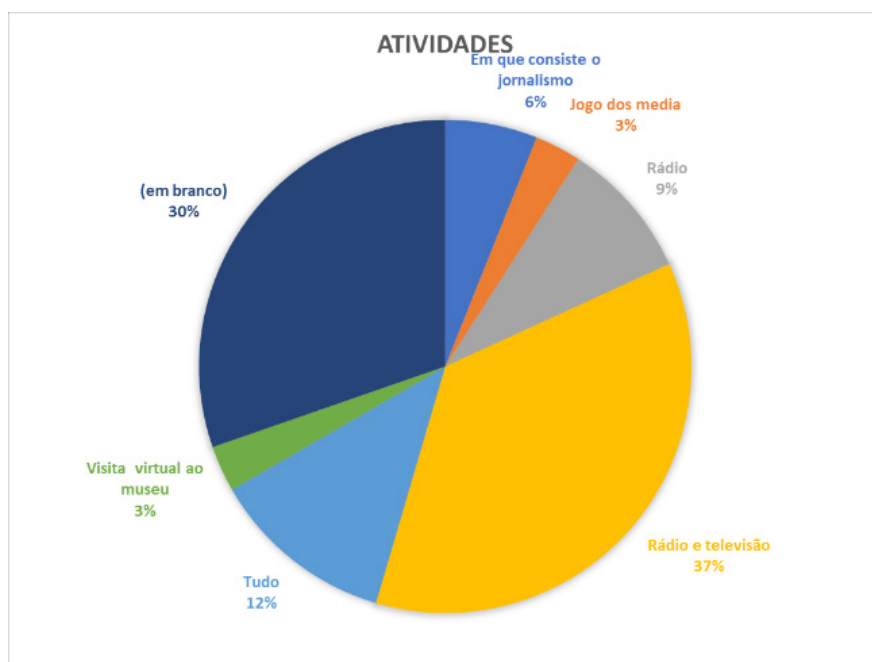


Figura 1 - Preferência pelas atividades desenvolvidas no projeto

Interesse e consumo de notícias

Para analisarmos o interesse por notícias dos alunos participantes, fizemos a comparação das respostas totais do Grupo de Intervenção, no início e no fim do projeto. As respostas iniciais dos participantes no Grupo de Intervenção estão representadas nos gráficos à esquerda e as finais representadas nos gráficos à direita. As respostas consideradas válidas em cada grupo são, respetivamente, 61 e 31.

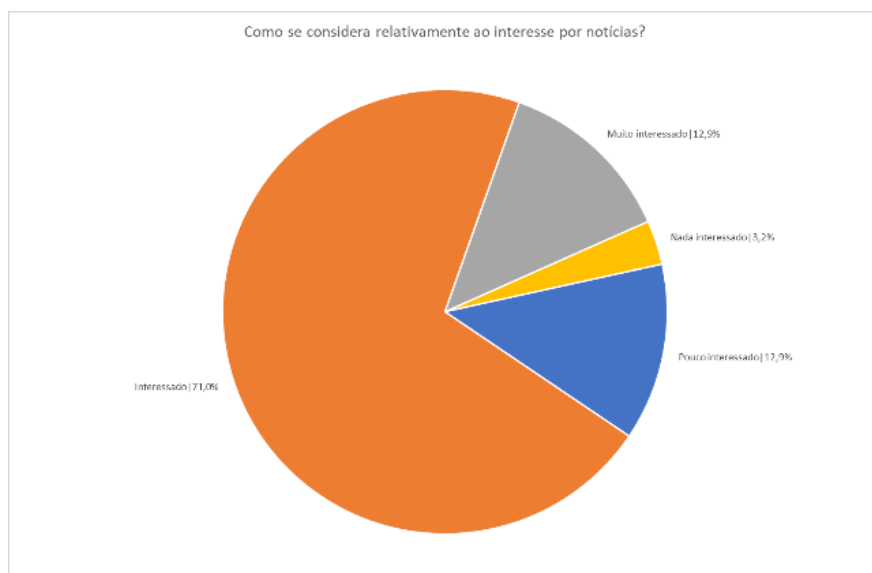


Figura 2 – Grau de interesse por notícias antes das atividades

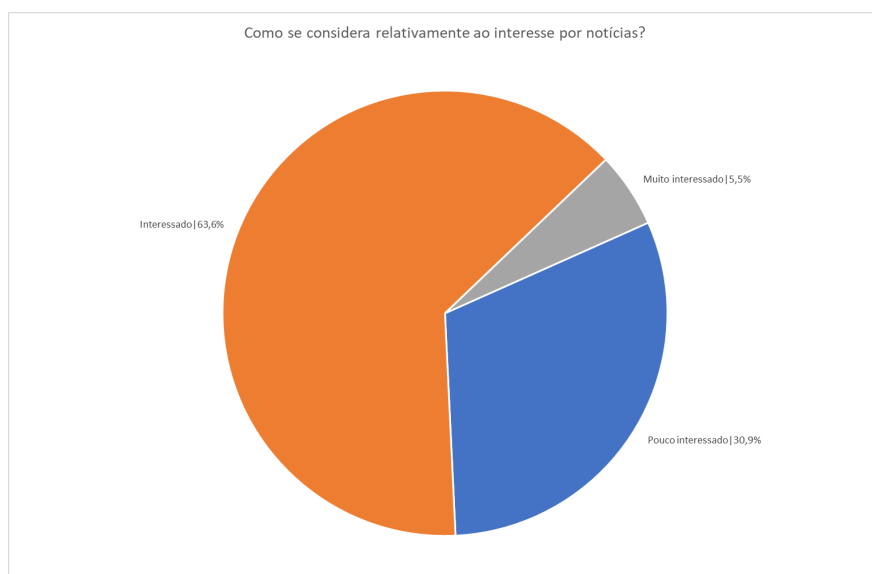


Figura 3 – Grau de interesse por notícias depois das atividades

Quando questionados quanto ao seu interesse por notícias, os dados obtidos mostram algumas diferenças. Nas respostas iniciais, a maioria dos alunos, 63,6%, indicou ter interesse por notícias, verificando-se que nas respostas finais aumentou para 71%. Outro dado que sofreu uma alteração é o do grupo dos pouco interessados por notícias, inicialmente com 30,9%, evoluindo para 12,9% nas respostas finais. De destacar o aparecimento de alunos nada interessados em notícias. Relativamente aos temas que consideram mais importantes para a sua dieta mediática, sublinhamos as três razões principais apresentadas em cada grupo de respostas.

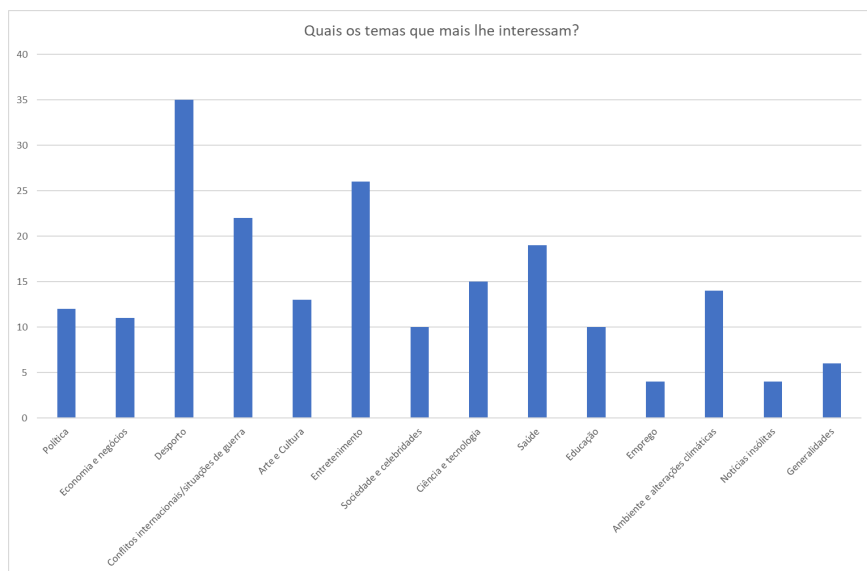


Figura 4 – Temas preferidos antes das atividades

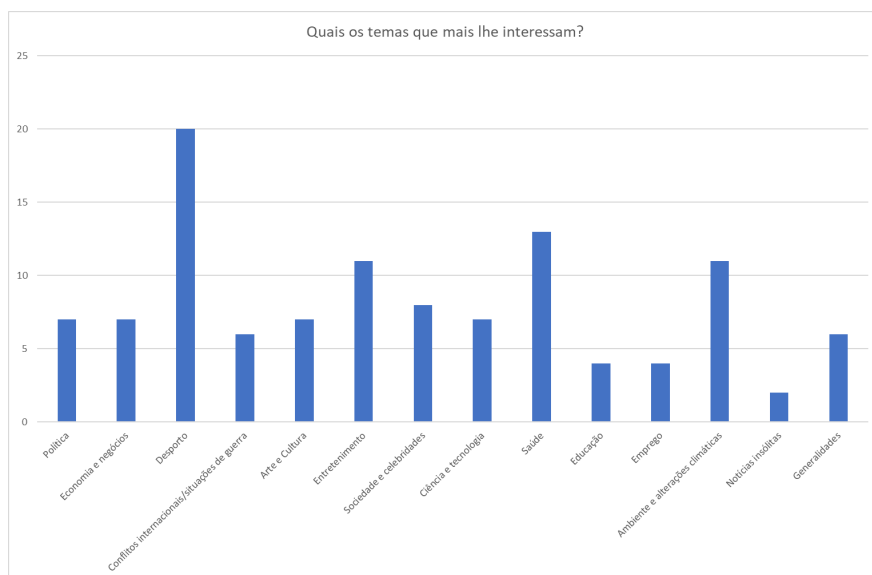


Figura 5 – Temas preferidos depois das atividades

Entre as diferentes hipóteses, a área de desporto destaca-se como primeira escolha. Como segunda, temos o entretenimento, no questionário inicial, e a saúde nas respostas do questionário final. Para terceira escolha, no questionário inicial encontramos os conflitos e situações de guerra, enquanto no questionário final temos um empate entre entretenimento e ambiente e alterações climáticas.

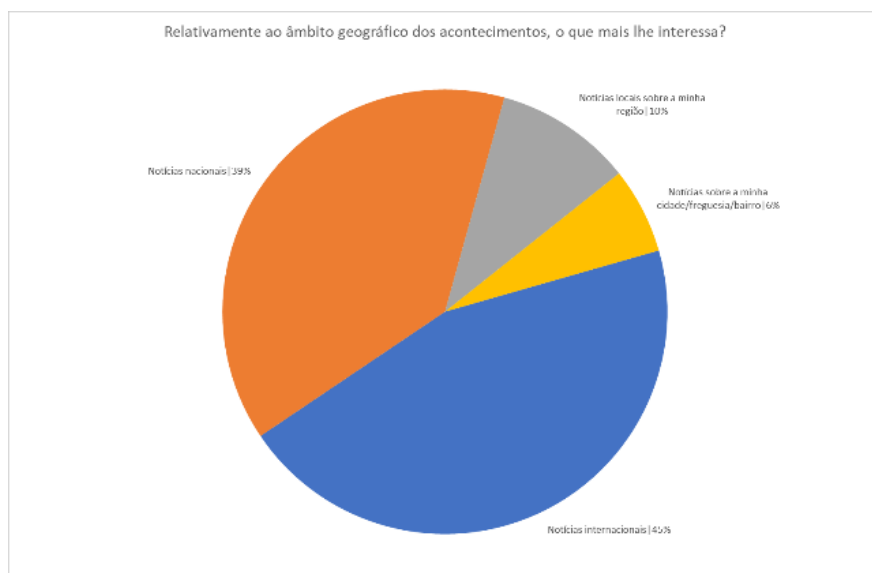


Figura 6 – Âmbito geográfico das notícias antes das atividades

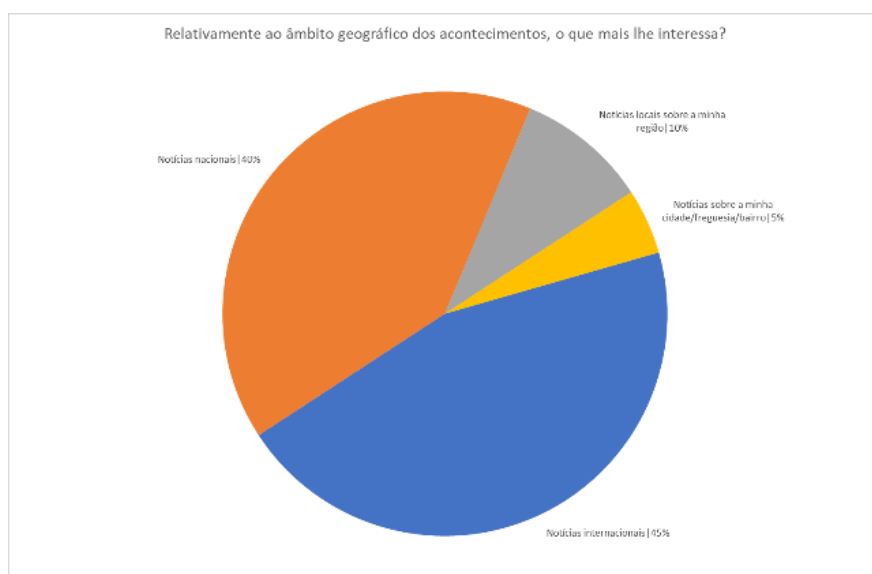


Figura 7 – Âmbito geográfico das notícias depois das atividades

Quanto ao interesse por conteúdos noticiosos consoante o âmbito geográfico, nos dois questionários, os alunos escolheram as notícias internacionais como primeira opção, seguindo-se as notícias de âmbito nacional. É evidente o desinteresse dos inquiridos por notícias da sua região ou da sua cidade, cuja percentagem é consideravelmente inferior às restantes.

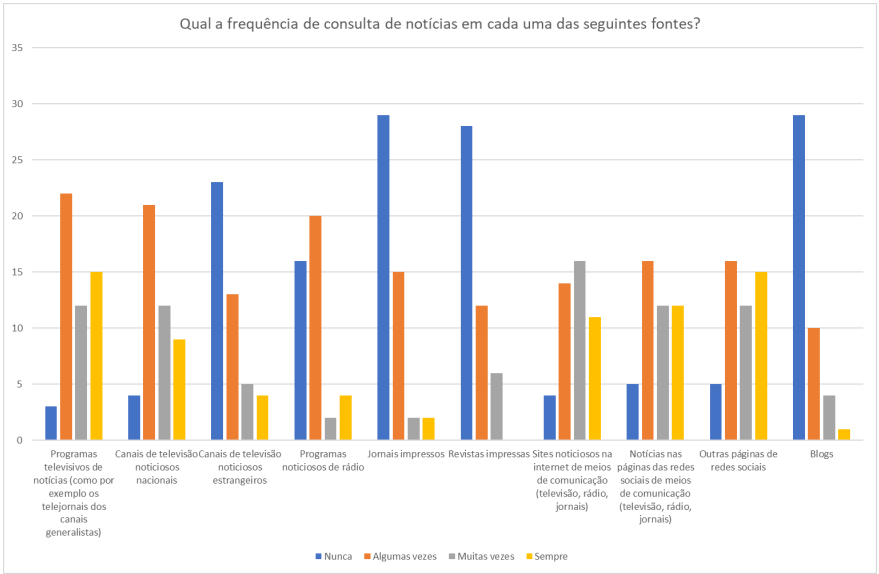


Figura 8 – Frequência de consumo de notícias antes das atividades

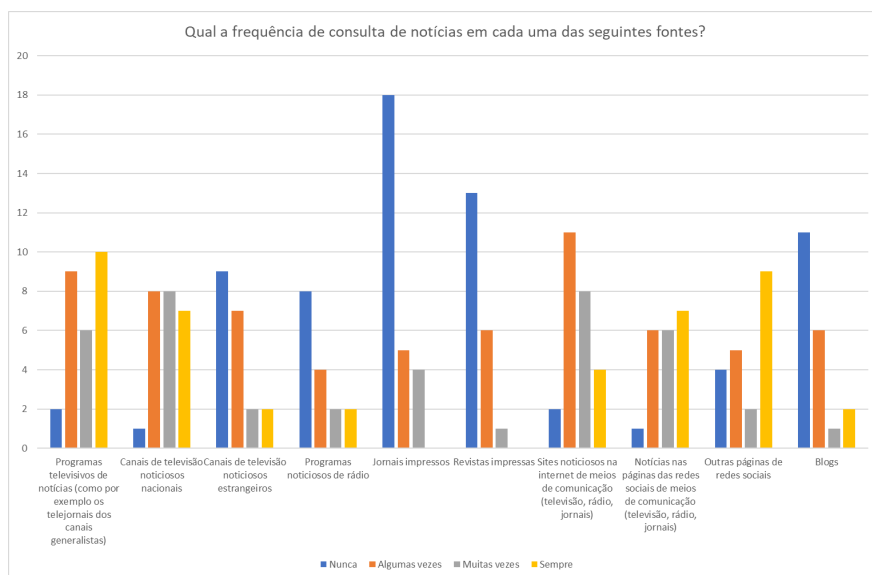


Figura 9 - Frequência de consumo de notícias depois das atividades

Relativamente à frequência como procedem à consulta de notícias através de diferentes fontes de informação, nos dois questionários, os alunos demonstram preferência pelos programas televisivos nos canais generalistas e no visionamento dos canais de televisão noticiosos, como uma fonte de informação regular. Por oposição, os *blogs*, os jornais e as revistas impressas são as fontes de informação que apresentam menor expressão.

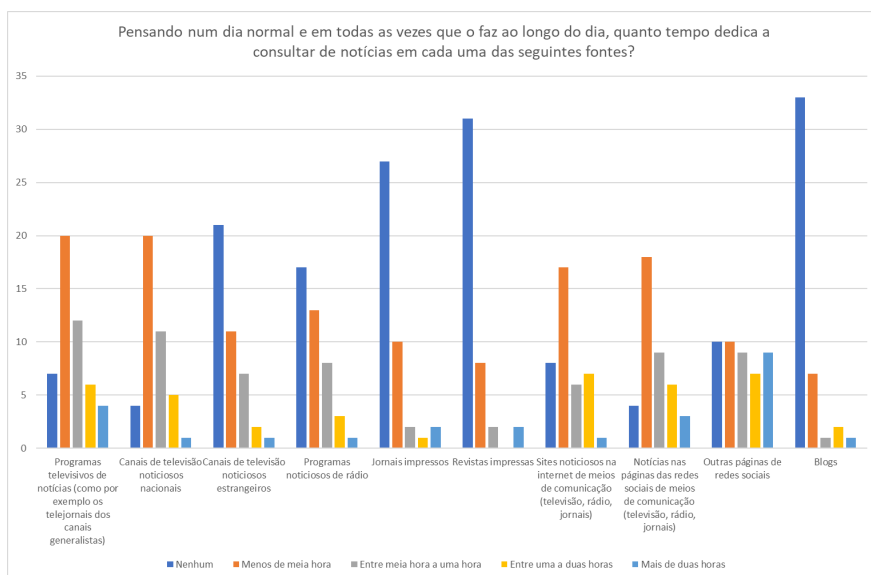


Figura 10 - Frequência de consumo de notícias por *media* antes das atividades

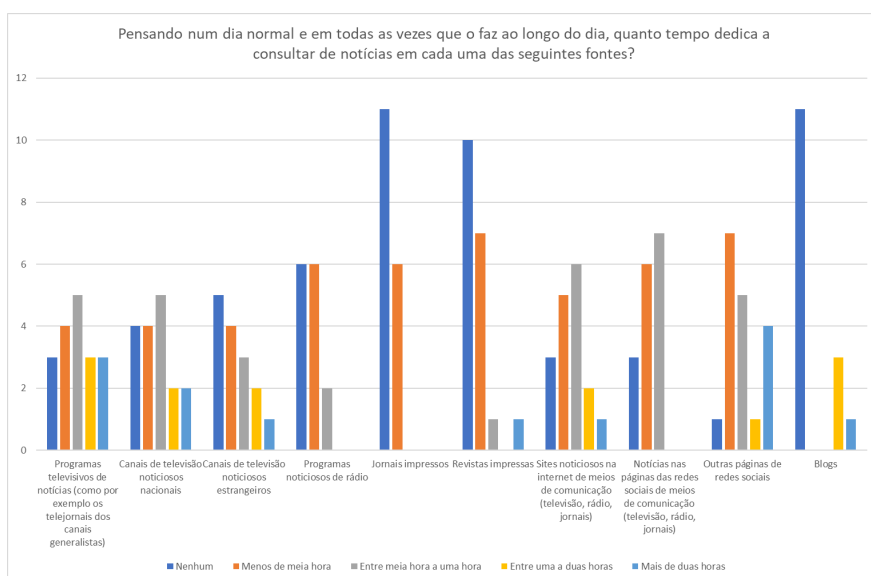


Figura 11 - Frequência de consumo de notícias por *media* depois das atividades

Quanto ao tempo dedicado à consulta de informação ao longo do dia, as respostas indicam uma preferência por consumos com duração inferior a meia hora, e até a um máximo de uma hora. Em relação à leitura de jornais ou revistas impressas, os dados revelam que os estudantes quase não dispensam tempo na consulta destas fontes.

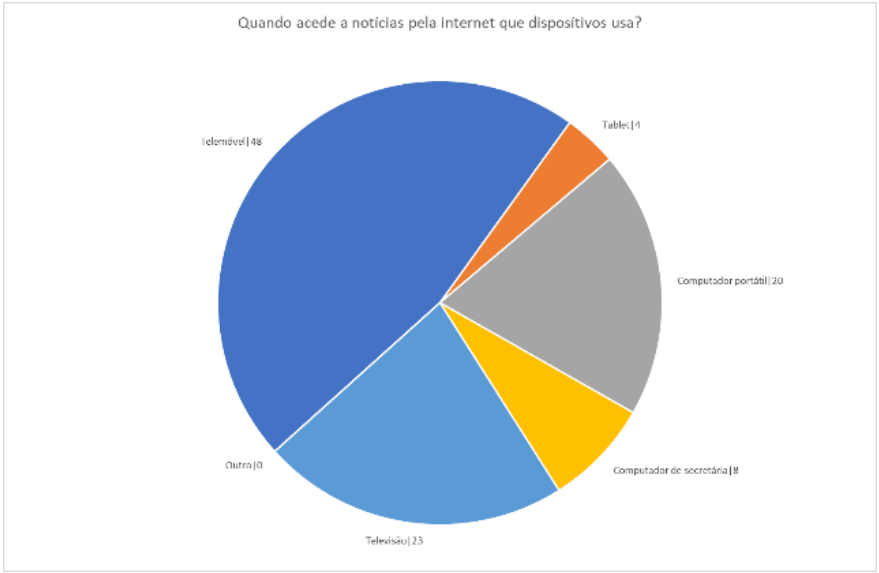


Figura 12 - Utilização de dispositivos digitais para consulta de notícias antes das atividades

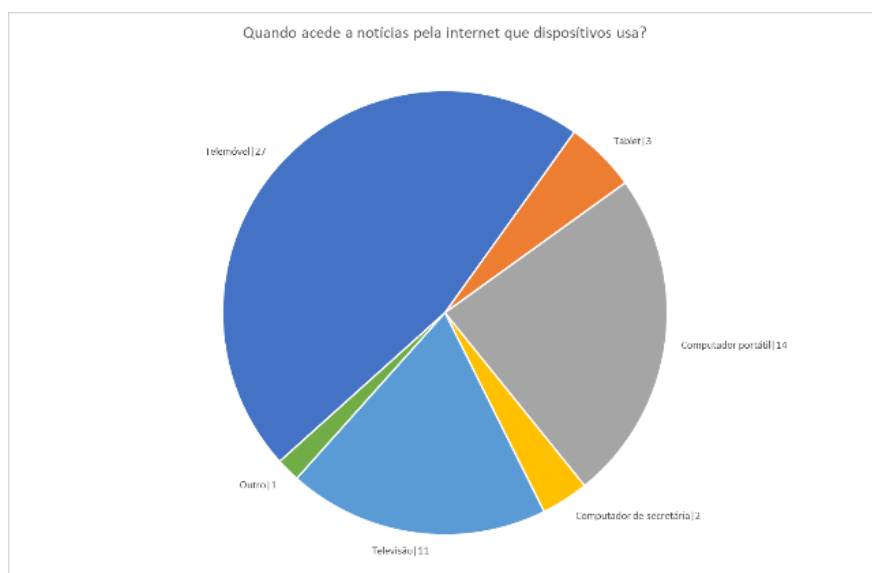


Figura 13 - Utilização de dispositivos digitais para consulta de notícias depois das atividades

Quando questionados sobre que dispositivos utilizavam preferencialmente para aceder à informação pela internet, nos dois grupos de respostas, o telemóvel foi o dispositivo mais escolhido. A televisão é o segundo meio indicado como sendo usado para consumir informação pela internet. Nas respostas do questionário final, é selecionada a opção “Outro” como resposta, mas não foi indicada qual.

Relativamente às práticas de consumo de notícias, os questionários demonstram tendências bem evidentes no que respeita, quer ao período do dia em que isso acontece, quer ao local onde é realizado.

Como é possível verificar na figura 14, os períodos do dia em que os inquiridos mais consomem notícias é a noite, seja antes da intervenção (57%) seja após a intervenção (35%). Ainda assim, aquilo que podemos também constatar é que no final da intervenção as respostas indicam uma ligeira alteração nos comportamentos, sendo que o consumo aumentou quer ao final do dia, de 11% para 19%, quer ao longo de todo o dia, de 16% para 26%.

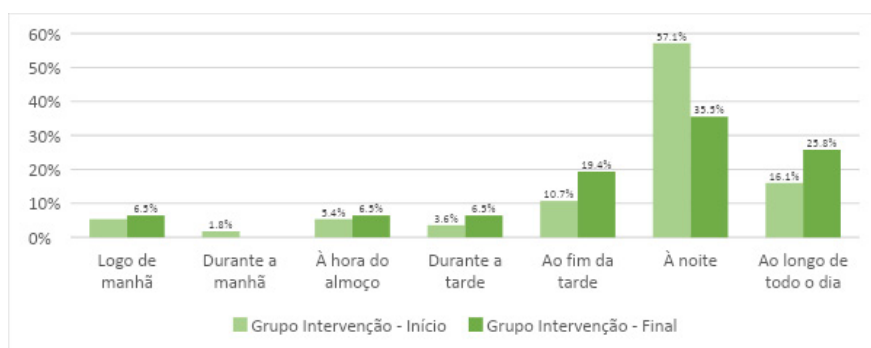


Figura 14 - Período do dia de consulta de notícias

Se analisarmos o local onde ocorre o consumo de notícias, as respostas dos inquiridos são bastante esclarecedoras, sendo “Em casa” a resposta mais frequente e com uma percentagem elevada em ambas as fases da intervenção – início e final, 91% e 90% respetivamente.

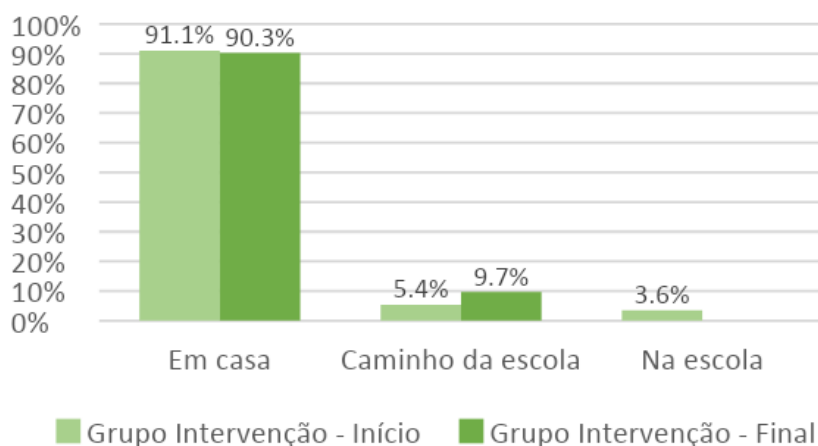


Figura 15 - Local preferido para o consumo de notícias

Quando questionados sobre qual a motivação para a consulta de notícias, os dados revelam que a maioria dos inquiridos responde que o principal motivo é “Estar atualizado”, tanto antes como após a intervenção, com 35% e

30% respetivamente. Segue-se a necessidade de “Receber informação sobre assuntos de interesse” e “Discutir os assuntos com outras pessoas”, motivos estes que registam um crescimento após a intervenção, uma vez que as respostas evidenciam uma maior diversidade nas motivações percecionadas pelos alunos. Embora não encontremos uma justificação para tal, nos dados recolhidos após a intervenção, verificamos uma associação entre o consumo de notícias e a ocupação do tempo livre, nomeadamente nas respostas relativas à opção “Não estar aborrecido” e “Para passar o tempo”.

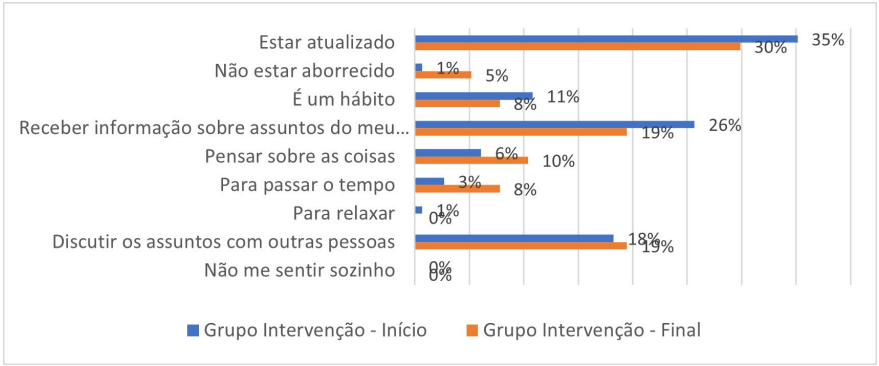


Figura 16 - Motivos para o consumo de notícias

O papel dos pais e da família

Os dados dos questionários respondidos pelos alunos mostram, de modo evidente, o papel que a família desempenha no estímulo dos jovens para o consumo de notícias. A tabela 1 revela que os alunos do Grupo de Intervenção participantes no projeto consultam notícias, sobretudo, na companhia da família. Isso é claro nos três anos de intervenção e em ambas as fases do projeto, ou seja, a preferência pelo consumo de notícias com a família não sofreu alterações antes e depois de implementadas as atividades. Verificamos ainda que o consumo de notícias é também feito de modo isolado sendo que, quando em companhia dos amigos, o consumo de notícias não é uma atividade comum, exceção feita ao grupo de intervenção do primeiro ano do projeto.

Tabela 1 - Em que circunstância normalmente consulta notícias?

Ano letivo	Fase da intervenção	Com a minha família	Com os meus amigos ou colegas	Sozinho/a	Sem resposta	Total
2019-2020	Inicial	46,67%	20%	20%	13,33%	100%
	Final	50%	33,33%	16,67%	0%	100%
2020-2021	Inicial	50%	9,09%	31,82%	9,09%	100%
	Final	47,37%	5,26%	31,58%	15,79%	100%
2021-2022	Inicial	69,57%	0%	21,74%	8,70%	100%
	Final	37,50%	12,50%	37,50%	12,50%	100%

O papel da família, em particular dos pais, fica ainda mais evidente se analisarmos a Tabela 2 que mostra as respostas sobre quem os jovens consideram que mais os influenciou no interesse pelo consumo de notícias. De forma clara e destacada, a maior percentagem verifica-se na opção “Os Meus Pais” em todos os anos de intervenção do projeto e em ambas as fases. Ainda assim, em relação ao primeiro ano do projeto, a opção “Os Meus Pais” apresenta os mesmos valores que a opção “Com os meus amigos ou colegas”

Tabela 2 - Quem considera que mais influenciou o seu interesse por notícias?

Ano letivo	Fase da intervenção	Os meus pais	Com os meus amigos ou colegas	Outros familiares	Professores	Outro	Sem resposta	Total
2019-2020	Inicial	26,67%	26,67%	26,67%	0,00%	6,67%	13,33%	100%
	Final	66,67%	16,67%	0,00%	0,00%	16,67%	0%	100 %
2020-2021	Inicial	63,64%	13,64%	4,55%	4,55%	9,09%	4,55%	100 %
	Final	50,00%	0,00%	11,11%	11,11%	11,11%	16,67%	100%
2021-2022	Inicial	79,17%	0,00%	4,17%	0,00%	4,17%	12,50%	100%
	Final	69,23%	7,69%	7,69%	0,00%	7,69%	7,69%	100%

Os dados dos inquéritos voltam a fornecer-nos informação que nos permite aferir acerca da importância da família no consumo de notícias. A tabela 3 mostra que a maior parte dos alunos que integram os grupos de intervenção concordam com a afirmação de que “veem as notícias em casa com a família”. Se somarmos os alunos que referiram “Concordo” com os que responderam “Concordo Totalmente”, os números são ainda mais esclarecedores quanto ao hábito de consumo de notícias destes jovens na companhia dos pais.

Cenário semelhante é o verificado em relação à afirmação “Discuto habitualmente as notícias em casa com a minha família”. Tal como é mostrado na tabela 4, as opções “Concordo Totalmente” e “Concordo” reúnem a maior percentagem de respostas, situação não observada apenas nas respostas obtidas ao questionário no final da intervenção do projeto durante o primeiro ano, quando as opções “Não Discordo” e “Discordo” prevalecem.

Tabela 3 - De acordo com a sua experiência, indique o seu grau de concordância com as seguintes afirmações: [Vejo as notícias em casa com a minha família desde sempre]

Ano letivo	Fase de Intervenção	Concordo Totalmente	Concordo	Não Concordo	Discordo Totalmente	Sem resposta	Total
2019-2020	Inicial	0,00%	60,00%	26,67%	0,00%	13,33%	100%
	Final	0,00%	33,33%	33,33%	16,67%	0,00%	100%
2020-2021	Inicial	21,74%	47,83%	13,04%	8,70%	4,35%	100%
	Final	18,75%	56,25%	6,25%	12,50%	0,00%	100%
2021-2022	Inicial	12,50%	41,67%	20,83%	12,50%	12,50%	100%
	Final	37,50%	0,00%	25,00%	0,00%	25,00%	100,00%

Tabela 4 - De acordo com a sua experiência, indique o seu grau de concordância com as seguintes afirmações: [Discuto habitualmente as notícias em casa com a minha família]

Ano letivo	Fase de intervenção	Concordo Totalmente	Concordo	Não Concordo	Discordo Totalmente	Sem resposta	Total
2019-2020	Inicial	0,00%	66,67%	20,00%	0,00%	13,33%	100%
	Final	0,00%	16,67%	50,00%	16,67%	16,67%	100%
2020-2021	Inicial	22,73%	45,45%	13,64%	0,00%	4,55%	100%
	Final	10,53%	47,37%	21,05%	5,26%	15,79%	100%
2021-2022	Inicial	8,33%	70,83%	12,50%	0,00%	8,33%	100%
	Final	50,00%	12,50%	12,50%	0,00%	25,00%	100%

Considerações finais

Partindo dos dados obtidos nos questionários, concluímos que a aplicação do projeto em Portalegre foi globalmente positiva e permitiu aos participantes um contacto com a realidade dos *media* de forma divertida, criativa e estimulante. Na preferência dos estudantes, emergem, como é natural, as atividades de carácter prático nas quais os alunos puderam executar tarefas nos estúdios de rádio e televisão, com as quais não têm normalmente contacto.

Percebemos que o consumo de notícias é uma prática de rotina dos jovens e que isso é feito no contexto social e, em particular, em ambiente familiar. O facto de os inquiridos responderem que a maioria das vezes que consultam notícias o fazem ao final da tarde e à noite, esse será o período do dia em que estarão em casa, daí que o local preferencial para o consumo de notícias seja esse. Ao mesmo tempo, é no contexto familiar que mais ocorre o consumo de notícias, o que indicia que este comportamento fará parte das rotinas diárias da família dos inquiridos.

Efetivamente, os dados dos inquéritos revelaram a importância do papel da família relativamente à criação de hábitos de consumo de notícias entre os participantes do projeto em Portalegre. Num contexto de digitalização e personalização de conteúdos mediáticos que nos convoca para um consumo individualizado, os jovens participantes no projeto, ao reconhecerem a importância da família quanto à criação de hábitos de consumo, discussão e interesse por notícias, fornecem-nos dados que sugerem a existência de um processo muito complexo, nada linear, e que envolve fatores mais profundos que se encontram nos valores e nas relações familiares.

Por fim, devemos referir que fruto dos constrangimentos impostos pela pandemia de covid-19, a Academia em Portalegre não foi totalmente bem-sucedida no que diz respeito à execução das sessões programadas, mas esse obstáculo foi contornado, dentro do possível, com a adaptação das sessões ao contexto *online*, o que permitiu dar seguimento ao programado, embora com naturais alterações.

CARTÃO DE IDENTIDADE

Nome: Academia da Leitura do Mundo em Abrantes

Coordenação: Instituto Politécnico de Tomar
- Escola Superior de Tecnologia de Abrantes

Logotipo:



Público-Alvo: Jovens estudantes Escola Secundária Dr. Manuel Fernandes, do Agrupamento nº2 de Abrantes

Número total de participantes: 70 estudantes

Implementadores: Professores da Escola Superior de Tecnologia de Abrantes e jornalistas de entidades parceiras

Nº de sessões: 7-8 sessões por ano

Duração: 50-90 minutos cada sessão

Entidades parceiras: Escola Secundária Dr. Manuel Fernandes - Agrupamento de Escolas nº 2 de Abrantes, Jornal Público, NewsMuseum, Jornal de Abrantes e Mediatejo.net

A ACADEMIA DA LEITURA DO MUNDO EM ABRANTES

Hália Costa Santos, Instituto Politécnico de Tomar,
Escola Superior de Tecnologia de Abrantes
Raquel Botelho, Instituto Politécnico de Tomar,
Escola Superior de Tecnologia de Abrantes

Em Abrantes, a entidade parceira do projeto Academia Leitura do Mundo foi a Escola Superior de Tecnologia de Abrantes (ESTA), unidade orgânica do Instituto Politécnico de Tomar (IPT). O concelho de Abrantes, que faz parte do distrito de Santarém, tem, de acordo com os censos de 2021, 34.351 habitantes distribuídos por 13 freguesias.

O projeto Academia da Leitura do Mundo foi assumido por duas docentes de Jornalismo da licenciatura em Comunicação Social da ESTA, em colaboração com a Escola Secundária Dr. Manuel Fernandes (ESMF), do Agrupamento de Escolas nº 2. Em cada um dos três anos do projeto, o diretor do Agrupamento, Dr. Alcino Hermínio, indicou uma turma e uma docente para participar como grupo de intervenção. Posteriormente, cada uma das docentes da escola secundária solicitou a colaboração de uma colega, que selecionou uma turma para participar como controlo. Desde o início que foi notória a receptividade e interesse manifestados quer pelo diretor, quer pelas três docentes envolvidas mais diretamente.

O desafio lançado à ESTA, pela coordenação do projeto, foi desde logo acolhido pelas duas docentes de carreira da licenciatura em Comunicação Social: Hália Costa Santos e Raquel Botelho. Para além disso, foram envolvidos os

dois docentes que, à época, assumiam a formação na área da televisão e da rádio: Júlio Silva (2020/21 e 2021/22) e João Cordeiro (2020/21). No que diz respeito à ESMF, participaram três professoras de História: Isabel Borda d'Água (2019/20); Irene Almeida (2020/21); Catarina Martins (2021/2022).

Por parte da ESMF, foram envolvidas três turmas do 10º ano de Línguas e Humanidades, num total de 70 alunos (20, no primeiro ano; 24 no segundo ano; 26 no terceiro ano), sendo que a maioria deles vivia na cidade (60,7%), mas um número ainda significativo vivia em pequenas aldeias (23%) ou vilas (16,4%) nos arredores de Abrantes. No que diz respeito ao género, 65% eram do género feminino e 35% eram do género masculino. Apenas um estudante tinha outra nacionalidade que não a portuguesa e apenas um estudante tinha necessidades educativas especiais. A maioria dos estudantes que participaram neste projeto em Abrantes vive com os pais e com irmãos (51,7%) e boa parte dos restantes vive com os pais (18,3%) ou com um dos pais (20%).

Por parte da ESTA, participaram as três turmas do perfil de Jornalismo da licenciatura em Comunicação Social, ou seja, cerca de 50 estudantes, oriundos de todas as regiões do país, com uma média de idades a situar-se nos 20 anos.

Motivação da equipa para participar no projeto

A relevância do tema, num momento em que, por um lado, somos permanentemente confrontados com informações numa multiplicidade de plataformas, e, por outro, o consumo de notícias é um hábito que a maioria dos jovens não tem, foi, como docentes de uma licenciatura em Comunicação Social, a principal motivação para a participação neste projeto. O facto de envolver um número significativo de jovens, e de se abranger uma parte considerável do território nacional, era uma garantia de que, no final dos três anos, poderíamos compreender melhor como os jovens se posicionam perante as notícias e perante a informação, assim como perante os desafios que, mesmo sem eles saberem, o *online* lhes coloca.

Esta visão mais abrangente, que hoje, com os dados finais do projeto, temos, teria também um impacto positivo na forma como, todos os anos, acolhemos os alunos que chegam à licenciatura em Comunicação Social. Ainda neste âmbito, a possibilidade de envolver os alunos da ESTA nas atividades da Academia funcionou como outro fator de motivação. Aliás, os alunos da licenciatura participaram como atores ativos, na medida em que, nos diferentes anos (incluindo nos tempos de confinamento), pesquisaram e recolheram informações que lhes permitiram organizar sessões que tinham como público-alvo cada uma das turmas parceiras do ensino secundário.

O envolvimento dos alunos da ESTA não se limitou à preparação de sessões destinadas aos colegas do ensino secundário. No primeiro ano organizaram uma sessão com jornalistas locais e no segundo ano entrevistaram diretores de jornais independentes e alternativos. Desta forma, não só participaram no projeto da Academia, como produziram trabalhos académicos e jornalísticos que contribuíram para a sua formação. Mais ainda: os trabalhos que desenvolveram contaram para a sua avaliação, concretizando-se, assim, uma estreita ligação entre o projeto e a formação dos alunos da licenciatura.

A disponibilidade imediata do parceiro escolhido - a ESMF - foi outro forte incentivo para a participação neste projeto. Desde o primeiro contacto que o diretor da Escola se mostrou interessado e disponível para participar. Sabendo que os professores do ensino secundário têm programas para cumprir e sabendo que nem sempre há tempo para albergar projetos que decorrem, em boa parte, em contexto de sala de aula, a disponibilidade imediata motivou, ainda mais, as coordenadoras do projeto em Abrantes.

Finalmente, mas não menos importante, a possibilidade de contribuir para a formação de jovens, de outro nível de ensino, esperando fornecer-lhes conhecimento sobre o mundo dos Média e desejando dotá-los de estratégias para se tornarem cidadãos mais informados sobre os processos de informação e desinformação foram os fatores decisivos para que este projeto se concretizasse em Abrantes.

Interesse dos alunos envolvidos

Enquanto docentes de uma licenciatura em Comunicação Social, perceber a aparente falta de interesse pelos jovens pelas notícias/atualidade seria um ponto de partida interessante para o desenvolvimento deste projeto. Poder trabalhar com três turmas do ensino secundário, todas elas de Línguas e Humanidades, significava a possibilidade de compreender como consomem informação os jovens que frequentam o ciclo de ensino imediatamente antes de ingressarem no ensino superior. Concretamente, foram abrangidos 70 jovens: a turma de 2019/20 tinha 20 estudantes, a turma de 2020/21 tinha 24 estudantes e a turma de 2021/22 tinha 26 estudantes.

Assim, alguns dados dos questionários iniciais pareceram ser particularmente relevantes, a começar pela motivação dos alunos em participar. Por exemplo, a motivação dos 70 alunos que participaram ao longo dos três anos atribui-se ao facto de considerarem o projeto como algo ‘interessante’ (58,2%), um número significativo de alunos indicava um interesse em ‘conhecer a produção’ noticiosa (25,4%), uma parte manifestava interesse por ser uma ‘atividade extracurricular’ (10,4%) e, finalmente, mas não menos importante, os restantes (6%) associaram o seu interesse no projeto à intenção de virem a ser jornalistas. Em números absolutos, neste último caso a percentagem corresponde a quatro alunos.

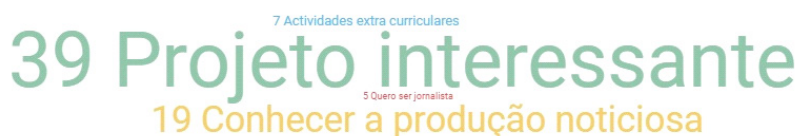


Figura 1 - Nuvem de palavras com motivações dos alunos

O facto de ‘apenas’ quatro alunos pretenderem ser jornalistas não diminui o interesse em concretizar as diferentes atividades. Pelo contrário: aplicar estratégias para melhorar a Literacia para os Média significa envolver jovens com todo o tipo de interesses e com diferentes perspetivas em termos profissionais. Podendo as atividades desenvolvidas suscitar a curiosidade de alguns jovens em relação à profissão de jornalista, o que efetivamente se pretendia era tornar todos eles consumidores de Informação mais esclarecidos e mais críticos, independentemente das profissões que pretendam vir a ter.

Quanto ao gosto em participarem em atividades extracurriculares, que foi indicado por sete estudantes, não sendo um número relevante, pode indicar outra informação preciosa para este tipo de projetos: formar através de processos diferentes daqueles em que normalmente se centram os currículos formais pode ser uma estratégia para chegar aos jovens com questões importantes, nomeadamente em termos sociais.

Para além disso, em questões de resposta aberta, alguns dos alunos apresentaram fatores de motivação que também importa referir:

Aprender um pouco o que os jornalistas “vivem”; Melhorar a escrita de textos jornalísticos; Quero aprender a falar em público e expressar-me de uma forma correta; Ter novos conhecimentos sobre as notícias; Espero adquirir uma maior capacidade de diferenciar as fake news das notícias verdadeiras.

Com a motivação dos alunos assegurada, outros dados relevantes eram, por exemplo, o interesse por notícias. Em relação a este dado, no total dos três anos, os 70 alunos dividiram-se nas respostas, sendo que quase metade (24.24%) mostrou estar ‘Interessado’ no projeto e cerca de um quarto disse estar ‘Muito Interessado’ (48.48%). Ou seja, 72.72% dos alunos manifestava algum ou muito interesse por notícias. Cerca de um quarto dos inquiridos indicou estar ‘Pouco Interessado’ e apenas um aluno se considerou ‘Nada (interessado)’.

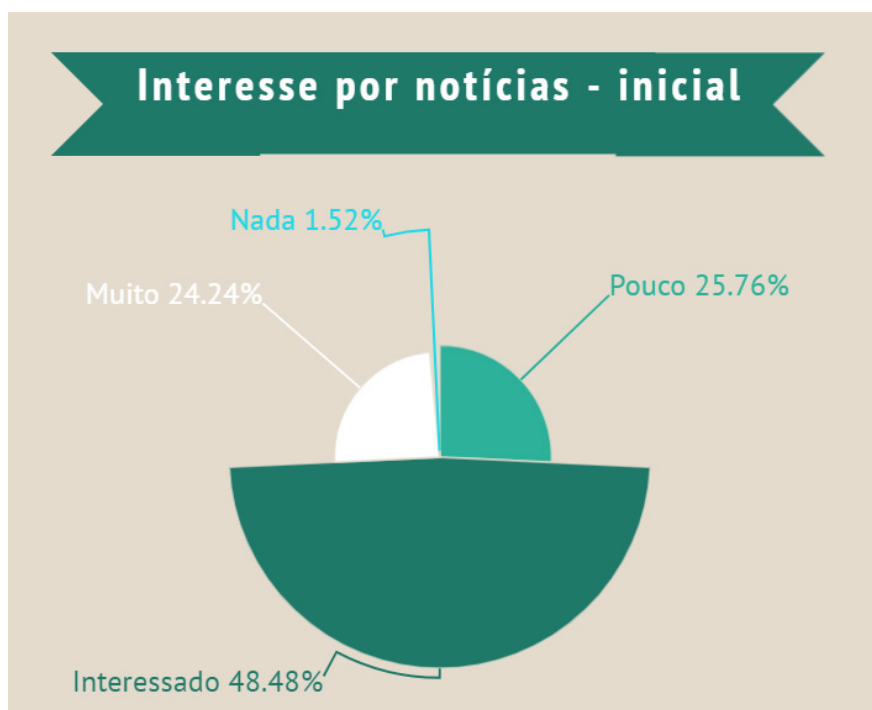


Figura 2 - Interesse dos alunos por notícias no início do projeto

Atividades desenvolvidas

As atividades desenvolvidas no âmbito deste projeto dividiram-se em três tipos: ações expositivas, ações orientadas e ativas. Esta foi uma metodologia adotada pelas diferentes equipas do projeto. No caso de Abrantes, foram proporcionadas sessões com conteúdo teórico e com análise de casos, organizaram-se iniciativas com jornalistas (debate e entrevistas), desenvolveram-se oficinas temáticas e concretizaram-se visitas de estudo (Público e News Museum).

Ações expositivas

As docentes da ESTA desenvolveram três ações expositivas, em cada um dos anos do projeto, junto dos alunos do ensino secundário. Cada uma das

sessões teve a duração de cerca de 90 minutos. As ações decorreram maioritariamente em contexto de sala de aula, ou seja, as professoras das turmas do secundário disponibilizavam tempos das suas aulas para que as docentes da ESTA pudessem apresentar cada um dos temas. No tempo de confinamento, duas sessões foram ministradas *online*.

Através do conhecimento adquirido ao longo de 20 anos com estudantes de licenciatura em Comunicação Social, as docentes da ESTA entenderam que deveriam abordar três temas que visavam apresentar e esclarecer temas concretos do universo da Comunicação, em geral, e do Jornalismo, em particular. Isto porque, mesmo entre os candidatos a jornalistas, têm sido notórias lacunas de conhecimentos, facto que condiciona toda a leitura que depois fazem do mundo mediático. Por exemplo, a não distinção entre diferentes formas de fazer Jornalismo em função do público-alvo, a confusão que existe entre os diferentes comunicadores nas variadas plataformas e, finalmente, a questão da desinformação. Assim, foram desenvolvidas as seguintes sessões: ‘Jornalismo de Referência e Jornalismo Popular’, ‘Os Comunicadores não são todos iguais’ e ‘*Fakenews* e Desinformação’.

· Jornalismo de Referência e Jornalismo Popular

Partindo de uma breve contextualização histórica, apresentando jornais que marcaram a vida de Portugal nos últimos anos, esta ação teve como principal objetivo mostrar aos jovens que existem diferentes jornais para diferentes leitores. Depois de uma apresentação das características dos jornais considerados como de referência e dos jornais populares, foi relativamente fácil levar os participantes a identificar, com exemplos concretos, as capas de jornais de cada publicação. Questões como o *layout*, a hierarquia da informação, a escolha das fotografias e de outros suportes de imagem, a tipografia e as cores utilizadas por cada jornal foram rapidamente assimiladas pelos jovens. Numa análise um pouco mais aprofundada, apesar do tempo disponível, os alunos compreenderam as diferentes escolhas editoriais de cada jornal, assim como o tipo de linguagem utilizada e as opções visuais adotadas por cada um deles.

· Os Comunicadores não são todos iguais

O principal objetivo desta sessão era mostrar aos alunos do grupo de intervenção que, com a multiplicação de plataformas de comunicação que o *online* proporciona, todos podemos comunicar, mas nem todos o fazemos, nem podemos fazer, da mesma forma. E, ainda, que ser comunicador não é ser jornalista. De um modo geral, em todos os anos, houve uma grande interação com os alunos nesta sessão, até pela referência a diversos *youtubers* e *tiktokers* que eles acompanham regularmente.

· *Fakenews* e Desinformação

Explicar o conceito de *fakenews*, e as potenciais consequências que estas podem ter na sociedade, foi o grande objetivo de cada uma destas sessões anuais. Apesar dos alunos entenderem esta problemática, não dominavam um conjunto significativo de ferramentas que lhes permitisse distinguir uma informação falsa de uma verdadeira. Um exercício prático no final de cada sessão, fazendo uso de ferramentas de pesquisa em fontes consideradas idóneas e recorrendo a *fact checkers*, foi sempre recebido com entusiasmo.

Ações orientadas

Ao contrário das ações expositivas, cujos temas foram os mesmos ao longo dos três anos do projeto, as sessões orientadas variaram em cada um dos anos abrangidos.

2019/2020: Debate organizado pelos alunos da ESTA com jornalistas dos Média regionais (com produção de notícia para o jornal laboratório). O debate realizou-se na ESMF com três jornalistas, que explicaram o que é o Jornalismo de Proximidade, mas que também abordaram questões como a necessidade de verificação da informação e pressões que sofrem no exercício da sua atividade. Os estudantes mostraram-se sobretudo agradados por poderem conhecer os jornalistas que trabalham para a sua comunidade e compreenderam a importância do Jornalismo de Proximidade.

2020/2021: Entrevistas feitas pelos estudantes da ESTA, *online*, a jornalistas responsáveis por projetos independentes e alternativos (com publicação no jornal laboratório) e apresentação dos momentos mais importantes dos testemunhos numa sessão na ESMF. Foram entrevistados responsáveis pelos seguintes jornais: Fumaça, Shifter, Mediatejo.net e Mensagem de Lisboa. Foram também entrevistados jornalistas de dois jornais regionais: Cidade de Tomar e Setúbal da Rede. Finalmente, por fazerem parte da turma dois estudantes em Erasmus, foi também entrevistada uma jornalista romena. Os estudantes manifestaram interesse sobretudo pelo ‘Fumaça’ e pelo ‘Shifter’, uma vez que se trata de projetos de jornalismo independente criados por jovens. Os projetos regionais, de qualidade e *online*, também suscitaram curiosidade: o ‘Mensagem de Lisboa’, sobretudo pelas histórias, e o ‘Médio Tejo’, pela proximidade. Tanto os jovens da ESTA como os da ESMF reconheceram características como a credibilidade e a criatividade nos projetos apresentados. As entrevistas estão publicadas no Estajornal *online*: www.estajornal.ipt.pt/category/academia-leitura-do-mundo/

2021/2022: Apresentação preparada pelos alunos da ESTA sobre projetos de Jornalismo Independente, jogo para testar conhecimentos sobre quem são determinados jornalistas e exercício de produção de títulos para diferentes jornais. Esta sessão decorreu na ESTA. Na apresentação sobre projetos de Jornalismo Independente, os jovens do secundário tomaram consciência desta possibilidade para estarem informados sobre assuntos que lhes interessam e que poderão ser uma alternativa interessante às redes sociais. Num jogo interativo, percebeu-se o interesse dos jovens por figuras do desporto, da música e do entretenimento, mas também se verificou que já identificam jornalistas, sobretudo da televisão. No exercício em que grupos de três/quatro alunos do secundário eram acompanhados por alunos da ESTA para produzirem títulos para notícias de jornais de referência e para jornais populares ficou claro que assimilaram as diferenças ao nível editorial e de linguagem.

Ações ativas

Como em praticamente todas as atividades, também a aplicação da ‘Academia Leitura do Mundo’ foi afetada pela pandemia. Assim, para além de duas das sessões expositivas se terem realizado *online*, outra consequência foi que apenas no terceiro ano foi possível realizar a visita ao Público e ao NewsMuseum.

· Workshops de Comunicação Online, Rádio e Televisão

Nos *workshops* de Comunicação Online, Rádio e Televisão os alunos da ESMF, coordenados por docentes da ESTA e apoiados pelos respetivos alunos, tomaram contacto com a produção noticiosa.

Na Comunicação Online fizeram *pushs* com base em conferências de imprensa dadas ‘em direto’ pelo PM com o objetivo de identificarem o que é relevante e atual.

Na rádio produziram notícias com base em informações regionais e gravaram um pequeno noticiário salientando a importância da proximidade.

Na televisão desempenharam funções na régie, câmaras e estúdio com o objetivo de compreenderem todo o trabalho de produção de um espaço noticioso televisivo.

· Visita ao Público

No Público o grupo foi recebido pela coordenadora do projeto Público na Escola, Bárbara Simões, pela diretora adjunta, Andreia Sanches, pela editora do Online, Mariana Adam, e pelo responsável pelos podcasts, Rúben Martins.

Os estudantes compreenderam a produção simultânea de um jornal em papel e *online*, as opções editoriais que levam à tomada de decisões, o cuidado com a escolha das fotografias, a aposta em novos suportes, como funciona o *backoffice* do Público e como se organiza a redação.

· **Visita ao News Museum**

No NewsMuseum os estudantes fizeram a visita normal, em grupos que incluíam os do secundário e os da ESTA, proporcionando-se interação. Tiveram a oportunidade de adquirir conhecimentos sobre a evolução da produção noticiosa um pouco por todo o mundo e de entenderem melhor alguns momentos decisivos que marcaram a Comunicação Social e o próprio processo de produzir informação.

Reflexões sobre a aplicação do projeto

Numa breve análise qualitativa, as responsáveis pela aplicação do projeto em Abrantes consideram ter alcançado os seguintes aspetos positivos: captação do interesse dos alunos do secundário para as questões da Literacia Mediática; envolvimento dos alunos da Licenciatura em Comunicação Social da ESTA com âmbito curricular; produção de conteúdos jornalísticos sobre atividades do projeto; cooperação por parte de vários profissionais; conhecimento ‘por dentro’ de um jornal de referência (Público).

Sistematizando a análise que resulta da interação com os 70 estudantes do ensino secundário envolvidos no projeto e as respostas dadas na aplicação dos questionários, será possível elencar os seguintes aspetos como objetivos atingidos:

- Distinção entre Jornalismo de Referência e Jornalismo Popular
- Distinção entre o papel dos Jornalistas e o papel de outros comunicadores
- Alerta para as questões das *fakenews* e da desinformação
- Conhecimento sobre projetos de Jornalismo Independente
- Conhecimento sobre projetos de Jornalismo Regional e Digital
- Consciência sobre o trabalho de seleção de informação por parte dos jornalistas
- Consciência sobre o trabalho de produção em Rádio em Televisão

Quanto a dados concretos sobre a aplicação do projeto, comparando-se o interesse que os estudantes tinham por notícias no início das ações,

verifica-se uma evolução interessante: 96.15% dos estudantes passaram a estar ‘Interessados’ e ‘Muito Interessados’ por notícias, quando no início do projeto os resultados para estas duas categorias eram de 72.72%. O número de estudantes ‘Pouco Interessados’ diminuiu significativamente: de 25.76% para 3.85%. E o aluno que dizia não estar ‘Nada’ interessado mudou de opinião, após a intervenção do projeto.

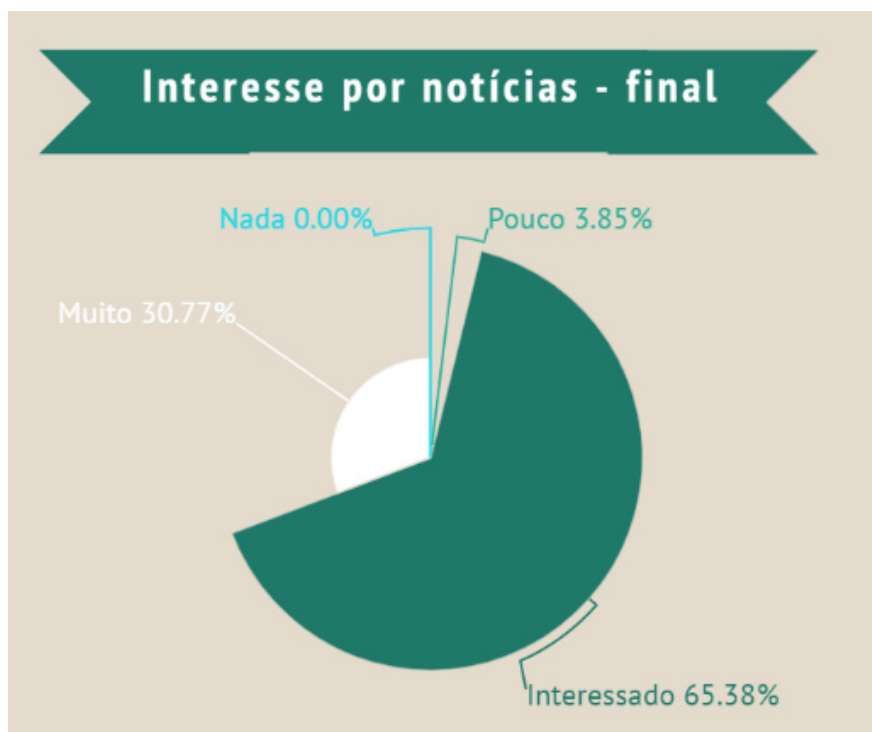


Figura 3 - Interesse dos alunos por notícias no final do projeto

Ao longo dos três anos, a equipa verificou um elevado empenho por parte das professoras do ensino secundário, que mostraram interesse em desenvolver temáticas no campo da Literacia Mediática com os seus alunos. Por outro lado, foi possível verificar que os estudantes ficaram mais alerta no que diz respeito à produção de informação, passando a distinguir melhor os conteúdos nos quais podem confiar.

Entre outros aspetos, uma análise qualitativa, que resultou das conversas com os estudantes dos grupos de intervenção, permite afirmar que o projeto ajudou os jovens a distinguir diferentes tipos de Jornalismo e a compreender o processo de produção de notícias. Estes objetivos atingiram-se não só nas sessões expositivas, mas também na concretização dos *workshops*. Com o trabalho desenvolvido no âmbito do Jornalismo Independente, os estudantes do secundário passaram a dispor de conhecimento sobre uma outra forma de estarem informados, confiando na informação produzida pelas publicações apresentadas como exemplos.

Quanto a uma avaliação quantitativa, entre outros dados que poderiam ser analisados, evidencia-se a comparação entre a frequência com que os estudantes de Abrantes consultavam notícias antes e depois da aplicação do projeto. Os gráficos reproduzidos em baixo apresentam uma evolução na consulta de fontes credíveis de informação, ou seja, produzida por jornalistas: os canais televisivos nacionais e os canais temáticos de notícias passaram a ser mais relevantes enquanto fontes de informação; embora uma parte substancial continue a dizer que ‘nunca’ consulta jornais impressos, verifica-se uma evolução considerável entre os que dizem que o fazem ‘algumas vezes’; a consulta das redes sociais dos meios de Comunicação Social passa a ser mais utilizada pelos estudantes, sendo que a resposta ‘muitas vezes’ sobe consideravelmente e resposta ‘sempre’ também sobe.

Frequência consulta de notícias em diferentes fontes - Inicial

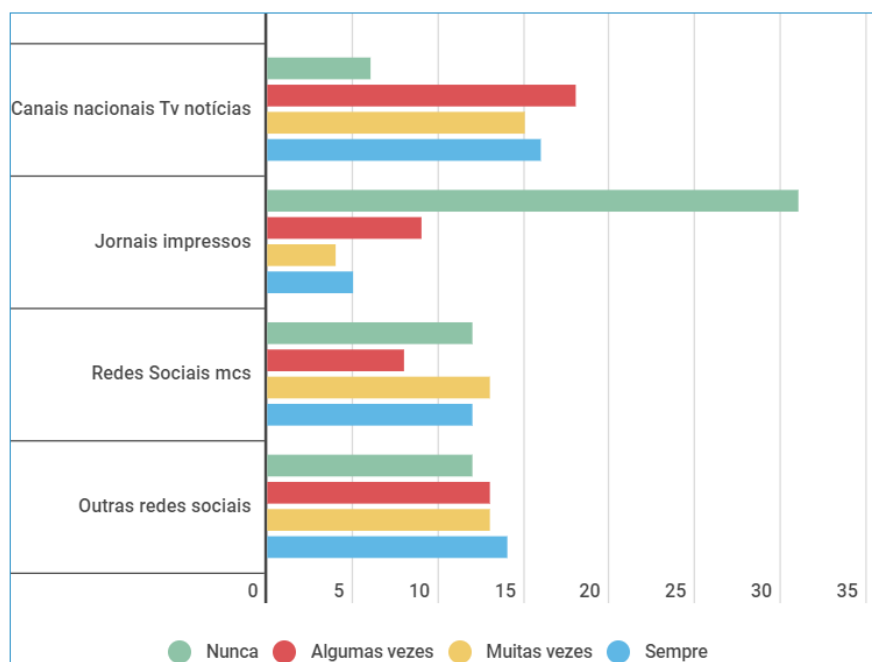


Figura 4 - Consulta de notícias em diferentes fontes no início do projeto

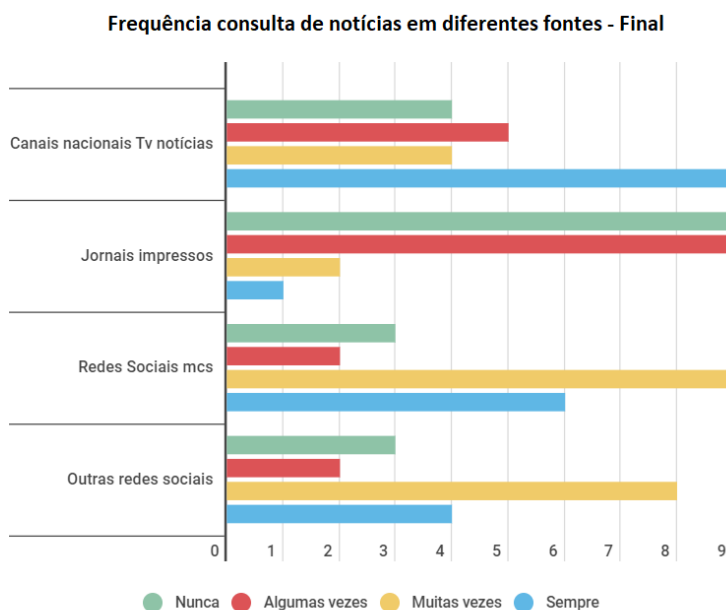


Figura 5 - Consulta de notícias em diferentes fontes no final do projeto

Como nota final, a equipa que desenvolveu o projeto ‘Academia Leitura do Mundo’ em Abrantes acredita que este projeto foi muito produtivo, quer para os alunos do ensino secundário, quer para os alunos da licenciatura, fornecendo contributos para que estes jovens possam, nas suas vidas futuras, ser profissionais mais informados e cidadãos mais ativos e mais ativos.

CARTÃO DE IDENTIDADE

Nome: Academia da Leitura do Mundo em Faro

Coordenação: Universidade do Algarve
- Escola Superior de Educação e Comunicação

Logotipo:



Público-Alvo: Estudantes da Escola Secundária João de Deus, em Faro

Número total de participantes: 100 estudantes

Implementadores: Professores, investigadores, especialistas e jornalistas da região

Nº de sessões: 4-8 sessões por ano

Duração: 50-90 minutos cada sessão

Entidades parceiras: Agrupamento de Escolas João de Deus, Faro, Agrupamento de Escolas Gil Eanes, Lagos, CIAC- Centro de Investigação em Artes e Comunicação, Rádio Universitária do Algarve RUA-FM, NewsMuseum

ACADEMIA DA LEITURA DO MUNDO NO ALGARVE: “A IMPORTÂNCIA DE ESTARMOS INFORMADOS”

Ana Filipa Martins, Escola Superior de Educação e Comunicação da Universidade do Algarve / Centro de Investigação em Artes e Comunicação

Bruno Mendes da Silva, Escola Superior de Educação e Comunicação da Universidade do Algarve / Centro de Investigação em Artes e Comunicação

Joana Palminha, Escola Superior de Educação e Comunicação da Universidade do Algarve / Centro de Investigação em Artes e Comunicação

Mário Antunes, Escola Superior de Educação e Comunicação da Universidade do Algarve / Centro de Investigação em Artes e Comunicação

Paulo Alves, Escola Superior de Educação e Comunicação da Universidade do Algarve / Centro de Investigação em Artes e Comunicação

Susana Costa, Escola Superior de Educação e Comunicação da Universidade do Algarve / Centro de Investigação em Artes e Comunicação

No distrito de Faro, a Academia da Leitura do Mundo envolveu uma centena de alunos da Escola Secundária João de Deus, localizada na capital algarvia, e da Escola Secundária Gil Eanes, em Lagos, com as quais a Universidade do Algarve estabeleceu parceria. A organização e monitorização do projeto ficou a cargo de uma equipa de seis investigadores do CIAC – Centro de Investigação em Artes e Comunicação, cinco deles docentes da licenciatura em Ciências da Comunicação da Escola Superior de Educação e Comunicação da UAlg. Nas escolas, as atividades decorreram no âmbito das

disciplinas de Geografia, Comunicação Gráfica, Marketing, Publicidade e Relações-Públicas e Português, do ensino secundário, e sete professores participaram na planificação e concretização das diversas atividades levadas a cabo. Outros colaboradores, como jornalistas e comunicadores regionais, e os alunos do terceiro ano do curso de Ciências da Comunicação, também contribuíram para a academia algarvia.

Os grupos no seu contexto

A Escola Secundária João de Deus foi a escola de intervenção nos três anos letivos de duração do projeto. Sede de um agrupamento composto por cinco estabelecimentos de ensino localizados na cidade de Faro, esta escola é frequentada por 980 alunos, distribuídos por 47 turmas de 2.º (Curso de Educação e Formação) e 3.º ciclos e secundário, com formação científico-humanística e profissional. A João de Deus tem em funcionamento três cursos profissionais, num total de 10 turmas e 165 alunos (AEJD, 2022, pp. 6-9), e as atividades foram desenvolvidas com o 10.º ano do curso profissional de Técnico de Comunicação: Marketing, Relações-Públicas e Publicidade. Para além dos estudantes que compõem este grupo de intervenção, participaram no projeto, como grupos de comparação, alunos do curso profissional de Técnico de Fotografia e da área de Ciências Socioeconómicas do ensino regular desta escola, nos anos letivos 2020-21 e 2021-22, e também do curso profissional de Animação e Turismo da Escola Secundária Júlio Dantas, no ano letivo de 2019-20. No perfil que traçamos dos jovens que compõem o grupo de intervenção, não deixamos de ter em conta o contexto e a comunidade em que se inserem.

Embora com ligeiras diferenças entre cada ano letivo, podemos afirmar, à luz dos dados obtidos a partir dos questionários iniciais aplicados, que neste grupo de intervenção 60% dos participantes eram raparigas 40% de rapazes¹, com idades compreendidas entre os 15 e os 18 anos (16 anos, em média), possuindo, em 80,5% dos casos, nacionalidade portuguesa. A frequentar o

1. Por oposição, no grupo de comparação 60,5% dos respondentes é do sexo masculino e apenas 39,5% do sexo feminino.

primeiro dos três anos de formação, 62,1% destes jovens contavam no seu percurso escolar uma ou duas retenções (37,8% e 24,3%, respetivamente), enquanto 29,7% afirmavam nunca ter repetido o ano². Viviam sobretudo com os pais ou apenas um progenitor (43,6% e 28,2%), e um (51,4%) ou dois (29,7%) irmãos, em contexto urbano (78,9% afirmaram residir na cidade). Em 27,8% dos casos, a família beneficiava de algum tipo de apoio social³.

Incentivados a participar na Academia sobretudo pelos professores da escola, 56,9% dos estudantes consideravam o projeto interessante e 15,7% apontavam como motivação o gosto por participar em atividades extracurriculares. Percentagem menor (11,8%) assinalou o interesse em conhecer a produção de notícias e apenas um estudante por ano identificou como motivo o facto de querer vir a ser jornalista no futuro. Mesmo demonstrando, na sua maioria, ter conhecimento da existência de dois meios de divulgação de notícias da escola, o jornal Preto no Branco e a rádio Liceu FM, 90,5% dos jovens revelaram não participar em nenhum destes órgãos, face a 7,1% que afirmaram participar sempre. Ainda assim, as expectativas em relação ao projeto foram sempre claramente positivas, com os alunos a manifestarem vontade de “aprender mais sobre comunicação”, “desenvolver os meus conhecimentos” ou “expandir os meus conhecimentos e conhecer novas coisas e funções”.

No geral, no arranque do projeto, os estudantes inquiridos consideravam-se interessados (54,2%) ou pouco interessados (27,1%) em notícias, e eram mais os que assumiam, à partida, um total desinteresse pela informação noticiosa (14,6% nada interessados) do que aqueles que se consideravam muito interessados por ela (4,2%), valores que ganham alguma expressão se forem tidas em conta as respostas do grupo de comparação.

2. No que respeita ao número de retenções, o grupo de comparação apresenta uma média de reprovações menor, com 69,8% dos alunos sem reprovações e 14% com uma.

3. No caso do grupo de comparação, esse valor está nos 9,5%.



Figura 1 - Percentagem de respostas dos jovens dos grupos de intervenção e comparação à questão “Como se considera relativamente ao interesse por notícias?”, no arranque do projeto, em cada ano letivo e no total dos três anos.

Traçando o perfil de consumo mediático dos estudantes que compuseram o grupo de intervenção, podemos afirmar que consultavam notícias sobretudo à noite (55,6%), ao longo do dia (15,6%) ou ao final da tarde (13,3%), maioritariamente em casa (93,5%), em família (50%) ou sozinhos (45,7%). Para mais de metade destes jovens, são os pais (57,8%) ou outros familiares (15,6%) quem mais influencia o seu interesse por notícias, e a referência ao contexto familiar é também visível quando 52,23% e 53% das respostas às afirmações “Vejo as notícias em casa com a minha família desde sempre” e “Discuto habitualmente as notícias em casa com a minha família” se situam na opção concordo ou concordo totalmente⁴.

Entre os motivos pelos quais consultam notícias, estes jovens fazem-no para estarem atualizados, para encontrarem informação específica que corresponda aos seus interesses e para se sentirem capazes de discutir assuntos com os outros, tendência igualmente verificada no grupo de comparação.

4. Em resposta às referidas questões, 24,30% e 16,70% dos respondentes revelaram não ter o hábito de ver e discutir notícias em casa com a família (não concordo ou não concordo totalmente) e 23,47% e 18,10% fá-lo-iam com menor frequência (não concordo nem discordo).



Figura 2 - Percentagens obtidas a partir do número de opções assinaladas pelos alunos como motivos pelos quais consultam habitualmente notícias.

Olhando para os temas preferidos, o desporto foi, em todos os anos, a categoria temática mais assinalada pelos respondentes, também em sintonia com o grupo de comparação. Entretenimento, sociedade e celebridades, ambiente e alterações climáticas e, naturalmente, saúde, dado o contexto atravessado, foram outros dos tópicos mais assinalados pelos estudantes do grupo de intervenção nos três anos do projeto. Regra geral, são estes também os temas que mais gostam de discutir com os colegas, aos quais se acrescentam os assuntos relacionados com a educação.

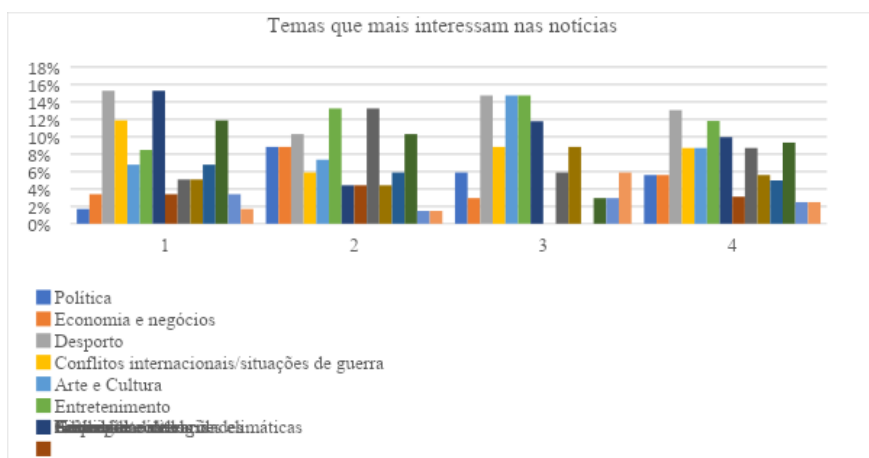


Figura 3 - Percentagens obtidas a partir do número de opções assinaladas pelos alunos em resposta ao grupo de questões “Quais os temas que mais lhe interessam?”.

No que respeita ao âmbito geográfico, 46% dos jovens, nos três anos, afirmaram a sua preferência pelos acontecimentos internacionais, 24% pelos nacionais e apenas 14% e 7% mostraram interesse por informação local e relacionada com a cidade, o seu bairro ou a sua comunidade (e aqui, novamente, a ordem de preferências foi igualmente registada no grupo de comparação).

Quando se trata de aceder a notícias pela internet, o telemóvel é o meio mais utilizado (com 42 ocorrências), seguindo-se a televisão (26), o computador portátil (9), o computador de secretária (3) e, por último, o *tablet* (nos três anos, apenas um aluno mencionou este dispositivo). No que respeita à frequência de consulta de notícias por fonte, os jornais e as revistas impressas, bem como os canais de televisão noticiosos estrangeiros, são aqueles que os respondentes mais afirmaram nunca consultar. No extremo oposto, as páginas das redes sociais de meios de comunicação ou outras, os blogues e os programas televisivos são as fontes que o grupo afirmava, com maior frequência, consultar sempre. O tempo que os jovens dedicavam à consulta de notícias em cada um destes meios é outro indicador do seu consumo mediático, e da sua preferência pelas redes sociais no acesso à atualidade.

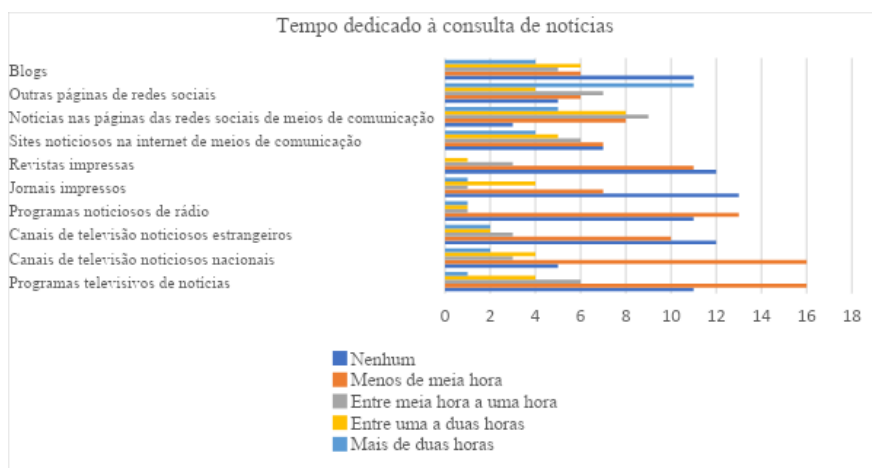


Figura 4 - Frequência das opções assinaladas pelos estudantes em resposta à questão “Pensando num dia normal e em todas as vezes que o faz ao longo do dia, quanto tempo dedica a consultar notícias em cada uma das seguintes fontes?”

Paula Henriques Pereira e Sandra Costa e Espada, as professoras responsáveis pela implementação do projeto na Escola Secundária João de Deus, dão conta disso mesmo, apontando que, no contexto da pandemia, as “novas tecnologias assumiram uma importância ainda maior no quotidiano” dos estudantes. As docentes observam que “os alunos não têm o hábito de ler jornais, seja em formato papel, seja em formato digital, consumindo apenas aquilo que lhes chega por via das redes sociais, nomeadamente Twitter e Instagram” e, salvo algumas exceções, não vão além dos conteúdos aí difundidos, partilhando-os “sem sequer questionar ou verificar a sua veracidade, caindo assim numa desinformação quase inconsciente”. Não estão sozinhos, como nos mostra a investigação mais recente (Eddy, 2022; Collao, 2022). E, apesar de tudo, quando questionados sobre o que caracteriza, em sua opinião, o bom jornalismo, estes jovens não deixaram de apontar a honestidade, a veracidade, a clareza, a curiosidade, o interesse, a fidelidade para com a profissão e o seu público.

As atividades

Entre 2019-20 e 2021-22 foram conduzidas 20 sessões, nas quais participaram, em média, 20 alunos. No primeiro ano, marcado pela pandemia de Covid-19, foi possível levar a cabo apenas quatro, uma presencial e as restantes *online*. Em cada um dos anos seguintes foram realizadas oito sessões, primeiro ainda em formato *online* e depois já presencialmente. O objetivo geral da Academia de promover nos jovens uma leitura crítica e consciente do mundo através dos *media* (Bonacho, 2019), os temas, objetivos e resultados previstos em documentos orientadores como o Referencial de Educação para os *Media* (Pereira et al, 2014) e a própria experiência dos diversos monitores e profissionais colaboradores no terreno foram os principais critérios que orientaram a equipa na estruturação do programa de atividades a oferecer aos alunos, que se pretendiam de cariz expositivo, orientado e ativo. As competências de autorregulação, comunicação e pensamento crítico selecionadas do conjunto de competências preconizadas pelo programa Academias Gulbenkian do Conhecimento foram um farol no desenvolvimento das interações com os jovens e dinâmicas de grupo.

No decorrer dos três anos, a Academia foi incluída no projeto educativo da Escola Secundária João de Deus, na categoria de projetos de cidadania, ao lado de outros “projetos estruturantes”, como o programa Escola Embaixadora do Parlamento Europeu, o Orçamento Participativo das Escolas e o Projeto de Educação Financeira Todos Contam (AEJD, 2022, p. 15).

À exceção do primeiro ano de realização do projeto (no qual, por razões de agenda, foi necessário inverter a ordem), as sessões de apresentação visaram uma abordagem introdutória ao tema da literacia mediática, adequada à faixa etária dos alunos. A exploração, com os participantes, de tópicos como a identificação, em linhas gerais, dos principais setores dos *media* e dos seus campos de atuação, os papéis que os *media* desempenham na sociedade, na forma como concebemos o mundo e como nos relacionamos entre pares, ou a importância de sermos exigentes quanto aos conteúdos que recebemos e

partilhámos permitiram preparar as diversas sessões e atividades que se sucederam. A abordagem global a estes temas foi retomada no final de cada ano, proporcionando sempre um balanço da implementação do projeto que os próprios estudantes foram desafiados a fazer.

Porque é que os jornalistas são tão preciosos como as abelhas?

A analogia foi proposta como tema de reflexão aos alunos numa sessão que decorreu a 11 de maio de 2021, em formato de videoconferência. Serviu para expressar a importância do jornalismo nas sociedades modernas, essenciais aos mecanismos que asseguram o bom funcionamento da democracia e o acesso a um pleno exercício da liberdade de expressão por parte dos cidadãos. Na “colmeia” global os jornalistas seriam os obreiros a quem é confiada a missão de nos manter informados, mais capazes de tomarmos decisões conscientes e responsáveis, de fazer escolhas. Também as abelhas, é aceite de forma consensual, são fundamentais para o equilíbrio da biodiversidade. Tendo em conta o papel crucial que desempenham no processo de polinização das plantas, sem elas, seria provavelmente difícil produzir alimento para a população mundial e manter a biodiversidade atualmente existente.

Os alunos mostraram, inicialmente, surpresa com a analogia proposta e revelaram algum desconhecimento em relação ao papel dos jornalistas, num tempo cada vez mais dominado pelas redes sociais. Com o desenrolar da conversa, ao longo de hora e meia, quiseram saber mais sobre as rotinas dos jornalistas, os critérios utilizados na elaboração de notícias, reportagens e entrevistas. Algumas das questões visaram esclarecer o que aproxima ou distingue o jornalismo tradicional da produção de conteúdos com vista à publicação em redes sociais. Os estudantes valorizaram o debate, tendo saído mais confiantes na credibilidade e rigor inerentes ao exercício do jornalismo, conseguindo diferenciar a multiplicidade de fontes e canais de comunicação que hoje têm à disposição.

A conversa, conduzida pelo jornalista e professor Mário Antunes, integrou o leque de sessões dedicadas aos princípios orientadores da atividade jornalística. Nesse mesmo âmbito, no ano letivo de 2021-22, a sessão *Fundamentos do Jornalismo: dos valores às técnicas*, já realizada em formato presencial, proporcionou um contacto com as bases do exercício do jornalismo, nomeadamente os critérios que ditam a escolha do que pode e deve ser notícia e os fatores que determinam a sua elaboração. Foram apresentadas e discutidas as várias técnicas de produção de informação e os diferentes géneros jornalísticos. Os alunos questionaram como conseguem os jornalistas aceder a fontes, a diferença entre boatos e factos, se alguma vez são alvo de ameaça ou coação que os impeçam de publicar os conteúdos. Alguns quiseram saber se há formas de confirmar a veracidade da informação que lhes chega, particularmente via redes sociais. A esse respeito, foi-lhes lembrado que a primeira forma de o fazer será garantir que se trata de uma produção assinada por profissionais da comunicação. Para os estudantes terá ficado claro que a profissão de jornalista requer habilitação específica e uma carteira profissional.

A sessão seguinte, dedicada à ética e deontologia nos *media* informativos, permitiu aprofundar a abordagem aos códigos deontológicos dos jornalistas, a partir da discussão de alguns exemplos. A maioria dos alunos revelou conhecer a diferença entre ética e moral, percebendo a importância da deontologia para o exercício de uma profissão como a de jornalista. Nesta sessão, realizada a 1 de fevereiro de 2022 e conduzida pelo docente e investigador da UAlg Paulo Alves, foi ainda debatida a fronteira entre o dever de informar e a liberdade ética do jornalista, bem como o conceito de jornalismo de cidadão. No final, os estudantes reconheceram a importância da boa prática jornalística e afirmaram ficar mais elucidados acerca do tema.

Isto só pode ser fake!

O *workshop Isto só pode ser fake!* decorreu no dia 17 de maio de 2021, com a participação de 21 alunos. A atividade, dinamizada *online* pela jornalista e docente Joana Palminha, procurou juntar uma componente expositiva e

outra mais prática. A primeira parte consistiu na explicação de conceitos como ‘pós-verdade’, na forma como o jornalismo consiste essencialmente na verificação de factos e na obtenção da verdade possível, assim como na apresentação de diversos projetos jornalísticos de combate às *fake news*. Na segunda parte os alunos exploraram alguns recursos como o Quizz do projeto Media Veritas (então recém-lançado pela Associação Portuguesa de Imprensa). Apesar de se ter realizado à distância, a turma manteve um interesse constante neste *workshop* e pareceu compreender a importância de distinguir o ‘trigo do joio’, ou seja, a verdade da mentira.

No ano seguinte, o tópico da desinformação foi abordado numa conversa sobre a cobertura da guerra, com o título *(des)_ Informação, (contra)_ Informação, (que)_ Informação?* Esta sessão, que decorreu a 8 de março de 2022, aproveitou o ambiente tenso que marcou as primeiras semanas do recente conflito entre a Rússia e a Ucrânia, e o volume crescente de propaganda, desinformação e informações contraditórias que invadiram as redes sociais, para despertar a atenção dos alunos e alertar para os cuidados necessários na leitura, compreensão e, principalmente, partilha deste tipo de conteúdos em situações voláteis e de enquadramentos complexos. Foi apresentado e explicado o conceito de desinformação, recorrendo a um pequeno vídeo do Centro Nacional de Cibersegurança (2020) e ao seu significado formal (via Priberam), e enquadrados outros conceitos associados, tais como os de contrainformação, pós-verdade, *fake news*, *clickbait* e *fact-checking*. O recurso a exemplos de projetos jornalísticos que combatem as falsas notícias permitiu clarificar diferenças entre factos e opiniões. A apresentação de vários exemplos atuais em que a desinformação teve maior destaque suscitou um amplo debate entre os 21 participantes, e questões sobre os porquês e o impacto das partilhas de informações em momentos de maior necessidade de dados fiáveis, mas perante um volume denso e crescente para triagem.

Conjugações do verbo comunicar

Para além dos tópicos mais diretamente relacionados com o jornalismo, e até no sentido de combater alguma resistência inicial em relação ao

universo das notícias e dos *media* tradicionais, a equipa procurou ir ao encontro dos interesses dos participantes e trabalhar, a partir deles, as suas competências mediáticas.

A 19 de junho de 2020, em plena pandemia, a sessão *Jogos e comunidades: conter o discurso de ódio na Internet*, contou com a participação de 14 alunos. Os investigadores do projeto Europeu “Play Your Role: Gamification against Hate Speech”, Susana Costa, Bruno Mendes da Silva e Ana Filipa Martins, apresentaram e discutiram com o grupo as conclusões de um estudo sobre a veiculação de discurso de ódio *online* em videojogos e comunidades de jogo, que tem vindo a ser reconhecida como um problema, sobretudo entre crianças, jovens e adolescentes. Os alunos expuseram algumas das suas experiências e perspetivas enquanto participantes ativos de jogos *online* de multijogadores em massa e, incitados a refletir sobre a problemática, fizeram leituras muito interessantes dos seus próprios comportamentos *online*, acerca dos efeitos que o discurso de ódio pode ter nos jovens e sobre a importância do pluralismo e da representatividade nos jogos. No ano seguinte, o *workshop Jogar online sim, mas na paz!* também abordou esta questão, embora em moldes diferentes. Na ação, que decorreu a 31 de maio de 2021, os 24 alunos experimentaram o jogo sério *Among all of us* (Play Your Role, s.d). A partir desta experiência puderam refletir sobre a relevância do ódio *online* e o seu impacto na vida dos internautas.

A sessão *Conjugações do verbo publicitar nas redes sociais*, decorrida a 25 de maio de 2021 e dinamizada pelo professor Paulo Alves, abordou um tema particularmente próximo do grupo de alunos do curso profissional de Comunicação: Marketing, Relações-Públicas e Publicidade. O principal objetivo era debater com os alunos questões relacionadas com as ferramentas utilizadas pelos *influencers* digitais para nos persuadir nas nossas escolhas sobre determinados produtos ou serviços. Foram exibidos alguns vídeos e analisadas as técnicas de comunicação utilizadas, discutindo a sua eficácia e operacionalidade. No final da sessão os estudantes revelaram desconhecer algumas dessas técnicas de comunicação referindo terem ficado mais esclarecidos sobre este fenómeno.

Também incluída no programa de atividades do ano letivo de 2020-21, a conversa com o *youtuber* Alviní, muito conhecido entre os participantes do projeto, foi das mais apreciadas e esperadas. A sessão, realizada a 8 de junho de 2021, pretendia partir da experiência deste comunicador para a abordagem aos diversos setores e profissões que concorrem na produção de conteúdos mediáticos. As expectativas geradas por esta presença em aula, e o facto de os alunos terem demonstrado um interesse e atenção muito elevados numa sessão que foi sobretudo de cariz expositivo, são bastante reveladores da referência que estes comunicadores constituem para os jovens, sobretudo quando abordam assuntos da sua preferência.

No ano seguinte, uma sessão que contou com a presença do jornalista algarvio Rafael Duarte visou proporcionar um contacto dos estudantes com a rotina de um jornalista de televisão, em particular, na área do desporto. O repórter partilhou o seu percurso profissional e as suas experiências, mostrando exemplos de trabalhos da sua autoria e explicando como procedeu para os preparar. Durante a conversa, que decorreu a 5 de abril de 2022, os alunos foram convidados a participar num exercício relacionado com os critérios de noticiabilidade, escolhendo, entre diversos comunicados de imprensa, quais os temas que poderiam ser notícia em órgãos locais regionais, nacionais e internacionais. Esta foi uma oportunidade para valorizar a informação regional e local.

Interações e experiências

Embora os níveis de resposta dos participantes aos instrumentos de monitorização pós sessão não tenham sido tão altos como seria desejável, os alunos pontuaram, em média, a sua aprendizagem com 4,24 numa escala de 1 (não aprendi nada) a 5 (aprendi muito). Já no que respeita ao grau de dificuldade que sentiram nas sessões sobre as quais responderam, situaram-no em 4,47, na escala de 1 (tive muitas dificuldades) a 5 (não tive dificuldades nenhuma), tendência verificada na resposta aos questionários finais, com 75,8 dos jovens a classificar nos níveis 4 e 5 a sua aprendizagem global com

a participação no projeto. Percentagem menor, 55,5%, no total dos três anos, avaliou o seu grau de envolvimento nesses mesmos níveis.

Para além das atividades decorridas na Escola Secundária João de Deus, nos três anos do projeto os grupos realizaram duas visitas virtuais ao *NewsMuseum* e três visitas de estudo presenciais. Em 2020, mesmo antes da entrada em confinamento, o grupo foi conhecer o laboratório audiovisual do curso de Ciências da Comunicação da UAlg, no âmbito do seu Dia Aberto. Os estudantes assistiram e participaram na transmissão em *streaming* de uma edição do jornal televisivo Primeiro Plano, produzido pelos alunos do 2.º ano do curso, e puderam conhecer e experimentar as diversas funções que se conjugam na produção televisiva informativa. Este contacto entre os estudantes participantes no projeto e os alunos do curso de licenciatura em Ciências da Comunicação da Universidade do Algarve foi muito proveitoso e apontado como uma das atividades preferidas nos instrumentos de monitorização. Esta visita só voltou a realizar-se em 2022, ano em que foi reforçada a colaboração entre a turma e os finalistas do curso de Ciências da Comunicação através da produção colaborativa de conteúdos relacionados com a literacia mediática e dinamização de uma conta de Instagram.

A visita de estudo à Rádio Universitária do Algarve - RUA FM tinha por objetivo despertar no grupo a “magia da rádio”. Nesta visita, realizada em junho de 2022, os jovens ficaram a conhecer melhor os programas da RUA FM, quem os dinamiza, e o que a caracteriza como rádio universitária, tendo em conta a diversidade de rádios, propostas de programação e perfis de públicos. Ficaram a saber como se prepara um texto informativo radiofónico e foram desafiados para um exercício de locução. Acompanharam uma entrada em direto e apreciaram particularmente a conversa com os colaboradores da rádio.

No geral, observamos como as atividades mais participativas, que proporcionaram a exploração de recursos técnicos e conversas com os profissionais dos *media* sobre o seu trabalho, as suas rotinas, os seus conhecimentos e os seus desafios foram as mais valorizadas pelos estudantes.



Figura 5 - Apresentação, a título ilustrativo, do cruzamento entre diferentes respostas dos alunos nas quais valorizaram as atividades em que participaram e as aprendizagens adquiridas.

No total dos três anos, verificou-se que o número de respostas aos questionários iniciais foi superior ao dos questionários finais, facto que teve maior impacto no grupo de comparação (numa relação de 52% para 48%, de respostas nos questionários iniciais dos grupos de intervenção e comparação, respetivamente, e de 71,1% para 28,9% nos questionários finais), talvez porque os jovens que não criaram um vínculo com o projeto se tenham sentido menos impelidos a responder à totalidade do questionário final ou a parte dele. Ainda assim, olhando para o grupo de intervenção, os dados obtidos no final de cada ano permitem observar um maior interesse dos participantes por notícias.

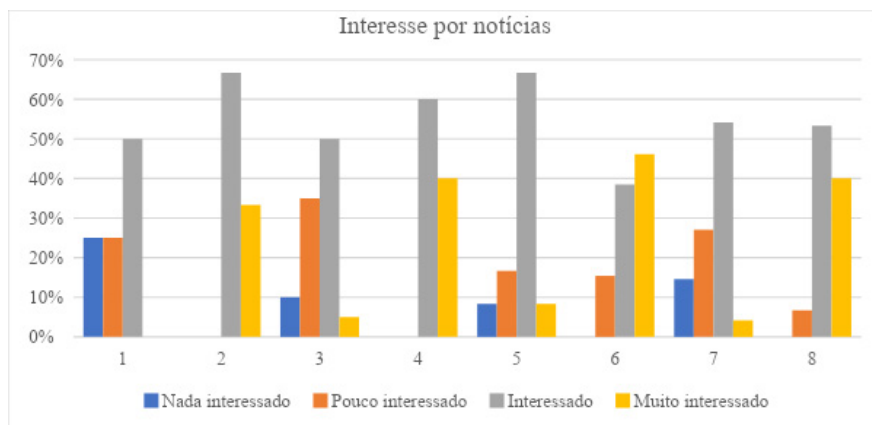


Figura 6 - Comparação entre os resultados obtidos nos questionários iniciais e finais nas respostas à questão “Como se considera relativamente ao interesse por notícias?”

Ainda no cruzamento entre os dados dos questionários iniciais e finais, poderemos deter-nos também no grau de confiança demonstrado em relação às notícias que os participantes no projeto escolhem ver ou ler. Por exemplo, entre os questionários iniciais e finais há uma diferença percentual assinalável grande entre aqueles que discordam totalmente (7% e 28%, respetivamente) e entre os que concordam (20% e 13%) com a afirmação “Penso que posso confiar na maior parte das notícias que escolho ver”. Por outro lado, a percentagem de alunos que concordam ou concordam totalmente com a afirmação “Os meios noticiosos (por exemplo, televisão, rádio ou jornais) são bons porque me ajudam a distinguir a realidade de ficção” aumentou ligeiramente entre os questionários iniciais e finais, dos 56% para os 63%. Estes valores podem indicar que a sua exigência em relação aos conteúdos a que acedem aumentou.

Ao longo dos três anos, sempre que desafiámos os participantes da Academia de Faro a lerem o mundo através dos *media* tivemos presente que os seus mundos não são todos iguais, e que alguns são verdadeiramente desafiantes para estes jovens. Não deixamos, também por isso, de realçar a importância dos professores na estruturação das experiências e aprendizagens que os estudantes, a partir dos seus próprios contextos, vão fazendo no seu percurso

de crescimento. É, para a equipa do projeto, valioso verificar como o seu interesse pela informação também se mostrou crescente. Sabemos que o aumento de perceção não significa necessariamente mudança de atitudes, que a literacia mediática se desenvolve ao longo da vida, relacionando-se com diversos outros fatores, e que a intervenção neste campo tem tanto de forças como de desafios (Bugler & Davison, 2019). O trabalho desenvolvido na Academia da Leitura do Mundo algarvia terá continuidade, permitiu construir novas hipóteses, linhas a explorar, colaborações entre academia, escola e comunidade.

Referências bibliográficas

- AEJD (2022). *Projeto Educativo 2021/2025*. Disponível em: <https://aejdfaro.pt/agrupamento/projeto-educativo/>
- AEJD (n.d.). *Curso Profissional Técnico de Comunicação*. Disponível em: <https://aejdfaro.pt/ofertas/ensino-secundario-cursos-profissionais/profissional-comunicacao/>
- Associação Portuguesa de Imprensa (2022) *Media Veritas*. Disponível em: <https://mediaveritas.pt/>
- Bonacho, F. (2019). *Apresentação ALMJCE 2019-20* [documento de trabalho não publicado].
- Bugler, M., Davison, P. (2018). The Promises, Challenges, and Futures of Media Literacy. *Journal of Media Literacy Education* 10 (1).1 -21. <https://doi.org/10.23860/JMLE-2018-10-1-1>
- Collao, K. (2022). *The Kaleidoscope. Young people's relationship with news*. Craft/ Reuters Institute.
- Direção-Geral de Educação, & Pena, P. (s.d.). *Projeto Verdade ou Mentira*. Disponível em: <https://verdadeoumentira.dge.mec.pt/>
- Divisão de Informação Legislativa e Parlamentar, & Paixão, F. (2021). *Proteção contra a Desinformação e a Existência de Entidades Verificadoras de Factos: Enquadramento Internacional*. Disponível em: <https://ficheiros.parlamento.pt/DILP/Publicacoes/Sinteses/58>

CARTÃO DE IDENTIDADE

Nome: Academia da Leitura do Mundo na Covilhã

Coordenação: Universidade da Beira Interior,
Faculdade de Artes e Letras

Logotipo:



Público-Alvo: Jovens estudantes dos 10º, 11º e 12º
anos de escolaridade da Escola Secundária Quinta das
Palmeiras, Covilhã

Número total de participantes: 137 estudantes

Implementadores: Professores, investigadores
estudantes de mestrado e de doutoramento em
comunicação da UBI

Nº de sessões: 8 sessões por ano

Duração: 90 minutos cada sessão

Entidades parceiras: Escola Secundária Quinta das
Palmeiras (Covilhã)

ACESSO, CONSUMO E INTERPRETAÇÃO DE CONTEÚDOS NOTICIOSOS POR ADOLESCENTES: ACADEMIA DA LEITURA DO MUNDO (ALM) NA COVILHÃ (2019-2022)

Sónia de Sá, LabCom – Comunicação e Artes

/ Universidade da Beira Interior e Universidade Autónoma de Lisboa

Introdução

A Academia da Leitura do Mundo (ALM): o Jornalismo, a Comunicação e Eu, aplicada na Covilhã pela unidade de investigação LabCom – Comunicação e Artes, Universidade da Beira Interior (UBI), na Escola Secundária Quinta das Palmeiras (ESQP), ao longo de três anos letivos, de 2019 a 2022, teve o envolvimento direto de mais de 90 jovens (grupos de intervenção) e indireto de outros tantos (grupos de comparação), com idades entre os 15 e os 18 anos.

A abordagem foi iminentemente laboratorial, dialógica, horizontalizada e participada, com uma assiduidade muito próxima dos 100% em quase todas as atividades, ao longo 24 sessões. Entre atividades *online* (devido aos confinamentos provocados pela pandemia da Covid-19) e presenciais (maioritariamente), as sessões tiveram como modelo-base a exposição de temas, assuntos, casos e estados emergidos, essencialmente, da agenda noticiosa, seguidos de várias estratégias de estímulo à discussão, exposição de diversos pontos de vista, em suma, ao equacionamento das crescentes aporias que a realidade dos média noticiosos e os demais (de produção e consumo mais individualizados) têm criado.

Os temas foram diversos, desde o problema das chamadas *fake news*, ao jornalismo ‘tradicional’ versus o ‘novo’ – ou ‘novos’ – jornalismo (associado à busca pela verdade, pela credibilidade e garante de democracias sãs e dinâmicas), à política, aos partidos e os representantes políticos, à influência dos média e os influenciadores mediáticos (digitais), os média e a igualdade de género, a diversidade, a violência, ou ainda os jovens e as sociedades mediatizadas.

Com efeito, todas as atividades da ALM na Covilhã tiveram em comum a leitura que as/os jovens estudantes fazem do mundo por via dos média noticiosos e as questões que os próprios – orientadas/os pelas abordagens da literacia mediática suscitadas pelas inúmeras/os monitoras/es nas sessões – colocaram sobre conteúdos mediáticos e fontes, mais ou menos credíveis, mais ou menos noticiosas de facto.

Sessões ALM (2019-2022)

· Sessão 1 (06 de dezembro de 2019)

Apresentação do projeto e lançamento do primeiro tema: Manipulação da informação – da pós-verdade às fake news

Monitores

Joaquim Paulo Serra e Catarina Rodrigues (FAL, LabCom)

Sinopse

A atividade jornalística vê, hoje, mais do que outrora – antes da eclosão das muito populares redes sociais digitais – o resultado da sua ação mais comprometido pela exigência da velocidade dos chamados novos média e pela veloz propagação de informação não confirmada, não verificada, contudo, muito popular por via da rápida propagação nos *social media*.

Este foi o mote para o início do projeto na Covilhã: *Academia da Leitura do Mundo – o Jornalismo, a Comunicação e Eu*.

· Sessão 2 (28 de fevereiro de 2020)

Quando o que vemos e ouvimos nem sempre é o que parece: o fact-checking no combate à desinformação

Monitor

Ricardo Morais (FAL, LabCom)

Sinopse

A necessidade permanente de verificação jornalística das várias informações produzidas ao longo de um só dia numa sociedade de tal forma mediatizada e dominada pela *self mass communication* (Castells, 2017) e pela rapidez de publicação que é exigida aos órgãos noticiosos.

A sessão registou grande participação por parte dos estudantes da turma de intervenção, postas as suas experiências de acesso e utilização das redes sociais e da sua compreensão do mundo através destas, nomeadamente, através do Instagram, ou ainda a troca de informações – aparentemente credíveis, mas não verificadas – por via do muito popular WhatsApp.

· Sessão 3 (28 de fevereiro de 2020, continuação da sessão anterior)

Quando o que vemos e ouvimos nem sempre é o que parece: o fact-checking no combate à desinformação

Monitor

Ricardo Morais (FAL, LabCom)

Sinopse

A segunda sessão sobre o mesmo tema centrou-se em casos práticos de *fact-checking*, através de casos apresentados nas eleições dos Estados Unidos da América, no Brasil e em Portugal.

· Sessão 4 (15 de maio de 2020)

Jornalismo e ética na *cultura* digital

Monitora

Catarina Rodrigues (FAL, LabCom)

Sinopse

A produção e intervenção direta do chamado cidadão-comum no mundo noticioso e no jornalismo compreende uma série de desafios que deve fazer repensar académicos, profissionais e cidadãos sobre os processos de leitura do mundo, postos os desafios da distribuição de informação sem conhecimento associado (Park, 1940) e, afinal, o redimensionamento urgente da atividade jornalística e de produção noticiosa.

· Sessão 5 (28 de maio de 2020)

Visita virtual ao NewsMuseum

Monitora

Catarina Rodrigues (FAL, LabCom)

Sinopse

O *NewsMuseum* é considerado um espaço que permite a “maior experiência de média e comunicação da Europa”¹, visto que “invoca e explica a cobertura mediática de episódios da história recente e permite aos visitantes interagirem com a Rádio e a TV”.

O grupo de intervenção da ESQP (Covilhã) conheceu, digitalmente, as homenagens que o Museu faz aos “jornalistas imortalizados pela sua obra, apresenta os principais protagonistas da indústria, [...] a evolução da reportagem das guerras, [...] os combates mediáticos que nos marcaram” e as “‘más notícias’ do nosso tempo”.

· Sessão 6 (25 de junho de 2020)

Aplicação de questionário de fim de projeto dos grupos de intervenção e de comparação

Monitora

Catarina Rodrigues (FAL, LabCom)

1. Consultado em <https://www.newsmuseum.pt/pt/newsmuseum-news/o-newsmuseum> a 06 de dezembro de 2022.

Sinopse

A ALM termina, a cada ano de execução, com a aplicação de um questionário final – que compara com o inicial e com o grupo de comparação que não teve acesso às sessões.

· Sessão 7 (12 de outubro de 2020)

Apresentação do projeto ao grupo de intervenção

Monitora

Sónia de Sá (FAL, LabCom)

Sinopse

À semelhança do ano anterior, a primeira sessão foi dedicada à apresentação do projeto à nova turma/grupo de intervenção. Além dos objetivos da ALM, foi também apresentado aos estudantes os diversos temas a serem tratados nas sessões que iriam iniciar naquele dia e só terminariam no final do ano letivo.

A monitora do LabCom, Sónia de Sá, solicitou que cada elemento da turma se apresentasse, que apontasse os seus principais interesses noticiosos e as suas expectativas sobre o projeto. Desta forma, a programação da ALM foi uma mistura reflexiva do agendamento de responsáveis pelo projeto, de docentes da ESQP e do seu público-alvo (estudantes).

· Sessão 8 (23 de novembro de 2020)

Desinformação e fake news

Monitores

Sónia de Sá (FAL, LabCom), Pedro Jerónimo (LabCom) e Aline Reis (LabCom)

Sinopse

A desinformação, enquanto nova pandemia do século XXI (ONU, 2020), foi um tema recorrente nas sessões da ALM. Nesta sessão, cujos monitores convidados foram Pedro Jerónimo, investigador do LabCom e autor do projeto financiado pela Fundação para a Ciência e Tecnologia (FCT) – *Media*

Trust, e Aline Reis, doutoranda em Ciências da Comunicação da UBI, a abordagem foi essencialmente laboratorial, com a apresentação de casos cujos protagonistas eram adolescentes, que, envolvidas/os em falsas informações sem a vigilância de pais e encarregados de educação, puseram as suas vidas potencialmente em risco.

- Sessão 9 (07 de dezembro de 2020)

Desinformação e fake news (continuação)

Monitores

Sónia de Sá (FAL, LabCom), Pedro Jerónimo e Aline Reis (LabCom)

Sinopse

Na sessão que deu continuidade à anterior, os 90 minutos de duração foram dedicados exclusivamente à discussão das diversas formas de desinformação e de estratégias para que não sejam práticas – propositadas ou não – das gerações mais jovens.

A discussão foi marcada pela participação massiva e visivelmente interessada do grupo de intervenção, com um conjunto vasto de questões tal que deixou em aberto inúmeras respostas, tal a complexidade do fenómeno.

- Sessão 10 (18 de janeiro de 2021)

O cinema e as notícias: que relação entre a verdade e a ficção?

Monitora

Sónia de Sá (FAL, LabCom)

Sinopse

Perceber as estratégias de grupos mais ou menos organizados que têm como objetivo alterar a verdade dos factos através de versões da realidade aparentemente credíveis é, hoje como outrora, uma das funções mais relevantes e dignificantes do jornalismo e da profissão de jornalista (Fidalgo, 2006).

Nesta sessão, partimos de duas obras cinematográficas contrastantes sobre a atividade do jornalista (*Nightcrawler*, 2014 e *Spotlight*, 2015) ante factos

e a forma como enquadrá-los, verificá-los e pô-los em contexto. O modelo aplicado foi muito bem-recebido pelos estudantes, que associaram as posturas significativamente distintas entre profissionais da área e os órgãos de comunicação social associados.

· Sessão 11 (15 de fevereiro de 2021)

A relação entre a publicidade, a propaganda e as notícias online e offline

Monitora

Sónia de Sá (FAL, LabCom)

Sinopse

A publicidade, num entendimento europeísta, relaciona-se com visibilidade, planeamento, criação e defesa de um produto, de uma marca, de uma empresa, de uma pessoa, de uma organização ou de uma entidade. Já a propaganda, especialmente, pelo historial europeu, está associada ao processo de divulgação da campanha nazi que, na década de 1930 levou ao poder Adolph Hitler e à II Guerra Mundial (Santos, 2005).

Ora, se antes da eclosão e popularidade das redes sociais digitais, estas duas áreas eram um desafio para o jornalismo, a atualidade tecnológica e mediática leva-nos a novas questões, novas exigências e à procura permanente de modelos que nos ajudem a distinguir – on e offline – jornalismo e de publicidade e propaganda.

· Sessão 12 (15 de fevereiro de 2021)

A comunidade LGBTQIA+, os influenciadores digitais e as notícias

Monitores

Sónia de Sá (FAL, LabCom) e Henrique Barum (doutoramento em Ciências da Comunicação UBI)

Sinopse

A comunidade LGBTQIA+ ganhou novos espaços de voz e lugares de fala por direito próprio, impulsionada pelas redes digitais, com menor controlo

verticalizado dos média formais; nestes, cuja comunidade continuam a ser invisibilizada e silenciada (Nölke, 2018).

Nesta sessão, procurámos trazer exemplos de influenciadores digitais da comunidade LGBTQIA+ de vários países e culturas para uma representação de realidades e contextos que, aparentemente, só estas plataformas estão a permitir. De referir que esta foi uma das sessões com maior envolvimento das/os estudantes do grupo de intervenção, que referiram, em suma, que é perceptível a ausência desta comunidade nas notícias, e, sublinham, “quando acontecem, os motivos são sempre negativos” (L.A. & M. P., 2021)².

· Sessão 13 (25 de março de 2021)

O jornalismo, a democracia e a liberdade de expressão

Monitores

Sónia de Sá (FAL, LabCom) Rita Paulo, Andreia Silva e Inês Salvador (mestrado em Jornalismo UBI)

Sinopse

A liberdade de expressão, a democracia e o jornalismo são conceitos tangenciais (Correia & Amaral, 2021). Contudo, como bem questionaram três mestrandas de Jornalismo da UBI, Rita Paulo, Andreia Silva e Inês Salvador, monitoras convidadas desta sessão ALM, “O que fazer quando a liberdade de expressão colide com a cultura e crenças do outro [sentido sartriano]? (Sartre, 2021 [1943]).

A discussão foi muito participada e os conceitos entroncaram nas mais diversas aporias, instigadas tanto pelas jovens investigadoras, como pelos membros do grupo de intervenção.

2. Diário de campo.

· **Sessão 13 (25 de março de 2021)**

Reportagem sobre a Academia da Leitura do Mundo na Covilhã (Escola Secundária Quinta das Palmeiras) – presença de técnico da Fundação Calouste Gulbenkian

Monitores

Sónia de Sá (FAL, LabCom) e Tiago Gonçalves (FCG)

Sinopse

A sessão foi essencialmente dedicada à discussão dos vários temas trazidos nas sessões anteriores para a gravação em audiovisual por um técnico da Fundação Calouste Gulbenkian, que, além de ter recolhido imagens das atividades, entrevistou grande parte das/os estudantes, das docentes da ESQP envolvidas no projeto – Albertina Leitão e Goreti Martins – e a monitora Sónia de Sá.

· **Sessão 14 (03 de maio de 2021)**

Violência e a representação mediática da mulher

Monitora

Sónia de Sá (FAL, LabCom)

Sinopse

A propósito da “campanha rosa” do mês de maio, foi lançado o primeiro desafio na ALM Covilhã que partiu do visionamento de duas curtas-metragens, divulgadas pelos *mass media* e pelas diversas plataformas digitais, relacionadas com a violência sobre a mulher. O desafio entendeu a representação individual de todos as/os participantes, em papel, sobre as mensagens mediáticas que tinham acabado de ver ou de rever. Os resultados, em desenho, frases, palavras soltas ou ‘silêncios’, foram muito expressivos e envoltos em emoções muito fortes³.

3. Dados apresentados mais adiante neste documento.

· Sessão 15 (22 de junho de 2021)

Academia da Leitura do Mundo: programas de TV e rádio

Monitora

Sónia de Sá (FAL, LabCom)

Sinopse

Para finalizar mais um ano de sessões da ALM na Covilhã, o grupo de intervenção deslocou-se à Universidade da Beira Interior, aos estúdios de televisão e de rádio, inseridos no Centro de Recursos de Ensino e de Aprendizagem (CREA). Aqui foram criados seis programas de TV.

Os temas foram, essencialmente, voltados para as vivências, aprendizagens e impactos criados pela ALM. Os *links* de acesso aos programas⁴ estão disponíveis no capítulo III deste documento.

· Sessão 16 (11 de outubro de 2021)

Apresentação do projeto ao grupo de intervenção

Monitora

Sónia de Sá (FAL, LabCom)

Sinopse

À semelhança do ano anterior, a primeira sessão foi dedicada à apresentação do projeto ao grupo de intervenção. Além dos objetivos da ALM, foram também apresentados os temas a serem tratados nas sessões que iriam iniciar naquele dia e só terminariam no final do ano letivo.

· Sessão 17 (11 de novembro de 2021)

A desinformação e as fake news

Monitoras

Sónia de Sá (FAL, LabCom), Aline Reis (LabCom) e Pedro Jerónimo (LabCom)

4. Todos os programas tiveram o apoio dos técnicos do CREA da UBI, nomeadamente, Dulce Santos, Miguel Rebelo e Micaelo Farias. A elaboração dos guiões teve, também, a supervisão das docentes Albertina Leitão e Goreti Martins, da ESQP, e da monitora Sónia de Sá.

Sinopse

A cultura da convergência (Jenkins, 2017) foi mote para a apresentação da dialética tradicional-novo nos meios de comunicação, a partir das noções de comunicação verticalizada e comunicação horizontalizada. A pergunta “Onde consultam as notícias do dia?” teve, inicialmente, como resposta central “televisão em casa da família e rádio a caminho e no regresso das aulas, também em família”; para, de forma mais reflexiva, resultar em “títulos no feed do Instagram” ou em discursos mais ou menos humorísticos de “influenciadoras/es” das redes sociais digitais TikTok e Instagram.

· Sessão 18 (11 de novembro de 2021)

A violência e os média

Monitora

Sónia de Sá (FAL, LabCom)

Sinopse

A violência e os média foi outro dos temas mais recorrentemente solicitados pelos grupos de intervenção para discussão nas sessões da ALM. Nesta atividade, foram enquadrados os dados de violência doméstica e de género em Portugal, por distrito e por concelho.

O contexto levou a uma troca de ideias, experiências e análises aos conteúdos mediáticos que recorrem à representação violência para protagonizarem narrativas ficcionais e não ficcionais. Desta sessão, resultaram várias interpretações visuais sobre a violência mediática e a leitura que aquele grupo de adolescentes lhe faz⁵.

· Sessão 19 (06 dezembro de 2021)

A igualdade de género em questão

Monitora

Sónia de Sá (FAL, LabCom)

5. As imagens e a sua análise são apresentadas no capítulo III deste documento.

Sinopse

Abordar a igualdade de género por meio das inúmeras representações mediáticas que pode assumir o tema foi outro dos desafios da ALM. A questão central surgiu: “O que é a igualdade de género e de que forma é exposta nos órgãos de comunicação social?”. Após uma breve exposição teórica sobre o tão vasto tema (Cerqueira e Cabecinhas, 2018; Hooks, 2018; Sá, 2021), o grupo foi convidado a refletir sobre o papel das mulheres nos média noticiosos, especialmente, nos lugares de decisão e nas editoriais de desporto.

A conclusão foi de quase ausência de lugares de fala (Ribeiro, 2020) nestas áreas, que não vão além da figura mulher-pivô, provida de um conjunto de características físicas que a elegem como “um bom boneco para TV” (jargão recorrente em TV).

· Sessão 20 (20 de janeiro de 2022)

A TV, o entretenimento e as notícias

Monitora

Sónia de Sá (FAL, LabCom) e João Baptista (LabCom)

Sinopse

A mistura pouco clara entre a informação noticiosa e o entretenimento trouxe-nos a um novo conceito que, por um lado, desvirtua o propósito do jornalismo – informar com precisão os cidadãos que suportam as suas decisões democráticas nas práticas desta profissão –, e, por outro, descredibiliza a profissão que se envolve num *infotainment* mais ou menos sério, com publicidade dissimulada e autopromoção vezes sem conta.

Um dos exemplos que foi recordado pelos participantes é a constante ligação dos noticiários televisivos aos conteúdos de entretenimento e de ficção. O exercício da sessão, que contou com a presença do investigador João Baptista, foi elencar estratégias para a distinção de informação noticiosa credível e de outro nível, mais voltada para a diversão.

· **Sessão 21 (14 de fevereiro de 2022)**

Os média noticiosos e a violência no namoro

Monitora

Sónia de Sá (FAL, LabCom)

Sinopse

A propósito do Dia dos Namorados – ou de São Valentim – foi abordada a violência no namoro e as formas como esta se pode reproduzir a partir das representações mediáticas. As referências dos estudantes, sob orientação da monitora, foram voltadas para os conteúdos deste tipo de violência espalhada nas redes sociais, quer no Instagram, quer no TikTok, quer ainda no WhatsApp.

A discussão partir da mostra de casos baseados em histórias verídicas sobre violência no namoro e as potenciais formas sensacionalistas apresentadas pelos meios, tanto tradicionais, como novos média.

· **Sessão 22 (21 de março de 2022)**

Os influenciadores digitais

Monitores

Henrique Barum e Daniel Souza (Doutoramento em Ciências da Comunicação UBI)

Sinopse

A presença de influenciadoras/es digitais na vida dos adolescentes – e não só – é premente, de grande influência e com uma regularidade tão próxima como há umas décadas seria o acompanhamento do episódio seguinte da telenovela “Gabriela”, na década de 1970, em Portugal. Seguir um(a) influenciador(a) é seguir as suas promoções – muitas vezes, publicidade sem a informação de que o é –, as suas tendências políticas – ainda que de forma dissimulada – e as suas rotinas (de casa, dos filhos, do marido, da mulher, do cão e das tendências de decoração ou vestuário para crianças e adultos).

Com efeito, perceber de que forma estes novos *marketeers* transformam a perceção do mundo pelos adolescentes e mais jovens ainda foi o grande objetivo desta sessão; sessão muito participada, esclarecedora e altamente sinalizadora das tendências de consumo de média contemporâneas.

· Sessões 23 e 24 (23 de março de 2022)

Academia da Leitura do Mundo em TV e rádio: a prática

Monitora

Sónia de Sá (FAL, LabCom)

Sinopse

Tal como no ano anterior, o grupo de intervenção foi convidado a dirigir-se aos estúdios de televisão da UBI e lá escreverem e gravarem programas televisivos sobre a ALM. Em suma, foram o pináculo de um ano de sessões muito intensas, com uma participação sempre próxima dos 100% e com uma adesão aos conteúdos muito assinalável⁶.

1. Resultados

Os resultados que aqui apresentamos têm em consideração duas metodologias: qualitativa e quantitativa. Na primeira abordagem consideramos como técnicas a análise de conteúdo e os diversos elementos que reunimos em contexto de observação participante; na segunda, aplicámos inquéritos por questionário aos grupos de intervenção (com mais evidências pela constância do contacto) e de comparação.

A) Análise Qualitativa

A análise qualitativa foi concretizada através dos seguintes dados de observação e de recolha de documentação produzida pelo grupo de intervenção (I): trabalhos audiovisuais em final de sessão anual e inúmeros documentos escritos, desenhados e/ou deixados em branco pelo mesmo grupo,

6. Consultar as conclusões.

nomeadamente, representações mediáticas de violência doméstica e no namoro; da *reality* TV e dos debates políticos em períodos de eleições presidenciais e legislativas.

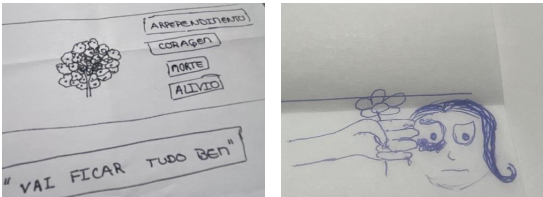
Tabela 1 - Representações mediáticas: interpretações das/os participantes da ALM (Grupo I)

Conteúdo ⁷	Formato ⁸	Mensagem
Violência Campanha CIG 2022	Desenho + texto	Desenho: homem com uma faca; Texto: Vazio e solidão da(s) vítimas; “Nunca vai ficar tudo bem.”
Campanha CIG 2022	Texto	É um vício como o álcool ou outras drogas; “Deixa marcas psicológicas na família, especialmente, nos filhos que sofrem graves mudanças na sua consciência.”
Campanha CIG 2022	Texto + desenho	Desenho: alguém com nódoas negras e a chorar. Texto: “Novas representações sobre a violência nos média por causa da palestra.” “Não está tudo bem.”
Campanha CIG 2022	Texto	As palavras e frases destacadas: “medo”, “terror”, “amor pode ser igual a espada”, “o amor é cego”, “a denúncia” e o “pedido de ajuda”.
Campanha APAV ⁹		“Falta falar das palavras que se repetem, por exemplos, ‘culpa’, solidão, ‘medo’ e ‘coragem’ da mulher.”
Campanha APAV		Palavras destacadas: “cansaço, terror, angústia, arrependimento sofrimento, falta de coragem e sofrimento infantil.”
Campanha APAV		Palavras destacadas: “sofrimento, mentira, cansaço, esperança, falta de coragem e pedido de ajuda.”
Campanha APAV	Desenho + texto	Desenhos: uma mulher de perfil a chorar, com o pescoço enegrecido e outra mulher [talvez a mesma] com o rosto entristecido e ferido em diversos locais. Palavras: “Estou tão cansada... outra vez.”; “Ele deve estar arrependido”.
Campanha APAV	Texto	“Outra vez. Desta vez pode ser que ele me leve à morte.” “o impacto que a violência doméstica pode provocar nos mais novos [...] que pode levar a que a sua atitude mude por causa desses episódios.”

7. Conteúdo exibido pela monitora da sessão. Autoria: Comissão para a Igualdade de Género (CIG). Disponível em: <https://youtu.be/UC8E-kOjNKg>

8. Criado pelas/os participantes.

9. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=laVqVyU9vR8>

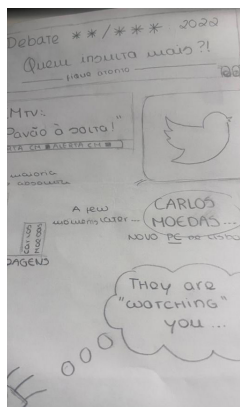
Campanha APAV	Texto	“Desculpas, não são suficientes.” “Quando não há nós(as) negras, as pessoas não acreditam que algo se passou.” “Sinto-me bem quando vejo campanhas destas surgirem, pois estamos a fazer as pessoas abrir os olhos para a realidade existente. Obrigada por esta palestra.”
Campanha APAV	Texto	Palavras soltas: “Opressão”; “Falta de esperança”; “dependência emocional”; “chantagem emocional”.
As duas campanhas enunciadas anteriormente	Desenhos	 Fonte: participante da ALM  Fonte: participante da ALM
Análise breve: As/os participante do Grupo I mostram, claramente, consciência sobre as mensagens inseridas nas duas campanhas exibidas nas sessões referidas, conforme os depoimentos referem. Contudo, é de sublinhar que, para a maioria das/os estudantes aquelas foram visionadas pela primeira vez nas atividades da ALM.		
Reality TV Big Brother famosos	Texto	Palavras soltas: “falsidade”, “realidade alterada”, “treta”.
Big Brother famosos	Texto	Palavras soltas: “conflito”, “intolerância”, “algazarra”, “insegurança”.
Big Brother famosos	Texto	Palavras soltas: “Sensacionalista”, “exploração do ser humano”, “falsidade de personalidade”, “polémicas”.
Big Brother famosos	Texto	Palavras soltas: “intrigas”, “confronto”, “favoritismo”, “comédia”, “interação”.
Big Brother famosos	Texto	Palavras soltas: “conflito”, “disputa de atenção”, “polémica”, “toxicidade”, “deprimente”.
Big Brother famosos	Texto	Ideias soltas: “só é entretenimento porque as pessoas dão pena”; “irrelevante”, “desinteressante”, “inútil”.

Big Brother famosos	Texto	“Gira tudo à volta do dinheiro. O objetivo é ganhar a atenção das pessoas e ganhar dinheiro, não importa o conteúdo.”
Big Brother famosos	Texto	Palavras soltas: “fofocas”, “velhinhos que não têm mais nada para ver”, discussões”.
Análise breve: de todos os programas de entretenimento abordados nas diversas sessões da ALM, este conteúdo foi o mais referido pela maioria das/os participantes. Ainda que a postura tinha sido assmidamente crítica – basta lermos os adjetivos que aplicaram a esta espécie de reality TV –, não conseguimos detectar um/a estudante que não tivesse visto, pelo menos, uma ‘gala’ apresentada pela famosa apresentadora Cristina Ferreira.		
Debates políticos	Texto	“É visível a falta de preparação e de objetivos para o futuro por parte dos partidos políticos.” “Os partidos de esquerda mostram diversas formas promessas inconsequentes e incertas.” “Os comentadores políticos [...] transmitem confusão, desordem e caos [...]”.
Debates	Texto	Ideias soltas: “Não pensam no futuro do país, mas no futuro dos partidos”; “populismo”, extremistas”, “inquerência”, “rodeios”.
Debates legislativas 2022	Texto	“Infantilidade entre os partidos políticos.” “Demasiada agressividade.” “Não mostram importância pelos temas mais importantes (como ambiente e educação).”
Debates legislativas 2022		“A minha avó disse-me que não queria ver os debates e depois apercebi-me que estava a ver os comentários [...]”. “Isto acabo por ser desinformação, polémica e extremos.”
Debates legislativas 2022		“Algo que me assusta é ver muitas vezes como as pessoas são aliciadas para as ideias do André Ventura e que tudo que ele diz em público [...] são verdade. Mas a maneira como ele quer aplicar certas medidas é assustadora.”
Debates legislativas 2022	Texto	Palavras soltas: “enganadores”, “degradantes”, “repetitivos”, “absurdo”.
Debates legislativas 2022	Texto	Ideias soltas: “ataques pessoais”, “humor”, “informação e desinformação”, “pouco debate”, “falta de interesse das audiências pelo que importa”.
Debates legislativas 2022	Texto	Palavras soltas: “vacinação”, “direitos LAGBQIA+”, “iniciativas ecológicas”, “ideias conservadoras”, “salário mínimo”.

Debates legislativas 2022	Ideias soltas: “desrespeito por Portugal”, “falta de foco pelo que realmente interessa”, “desrespeito pelos que querem um governo melhor”, “falta de noção da gravidade do problema”, “isto é tudo menos boa política”.
Debates legislativas 2022	Ideias soltas: “destaco a importância de se desconstruir as ideias de André Ventura, que se realça pelos discursos populistas”; “acredito que figuras como Rui Tavares têm uma presença pertinente pela cultura notória e de destaque, imprescindíveis na ‘desconstrução do facho’”.
Debates legislativas 2022	“Nestas eleições reparei que muitas vezes, em vez de os partidos discutirem propostas económicas para o país, que é o que realmente importa agora, preferem debater touradas e trocar insultos, mesmo sabendo que não haverá evolução com isto.”

Política e
reality TV

Desenho



Fonte: participante da ALM

Análise breve: ao contrário do que as/os monitoras/es ALM anteciparam, a maioria das/os estudantes mostraram ter acompanhado uma grande parte dos debates políticos das eleições legislativas 2022. Curioso – e preocupante – é que muitas das análises que fizeram a estes conteúdos televisivos assemelham-se, em diversas situações, à análise feita aos conteúdos da reality TV.

Estas sessões foram muito proveitosas, decodificadoras e questionadoras de muitos preconceitos e estereótipos associados ao status quo dos conteúdos televisivos desta nossa atualidade.

B) Análise Quantitativa

No final de todas as anos de aplicação do projeto *Academia da Leitura do Mundo (ALM): a Comunicação, o Jornalismo e Eu* foram aplicados inquéritos

por questionários, que vamos brevemente escarpelizar, tendo como contraponto o grupo de comparação (Grupo C).

Daremos mais destaque os resultados do Grupo I, pois foi o grupo de contacto, no qual a intervenção foi sistemática, ininterrupta e com registos de participação sempre próximos dos 100%. Além de uma notória participação das docentes da Escola Secundária Quinta das Palmeiras.

Passamos, agora, aos resultados dos inquéritos e às análises necessariamente sucintas para este relatório final.

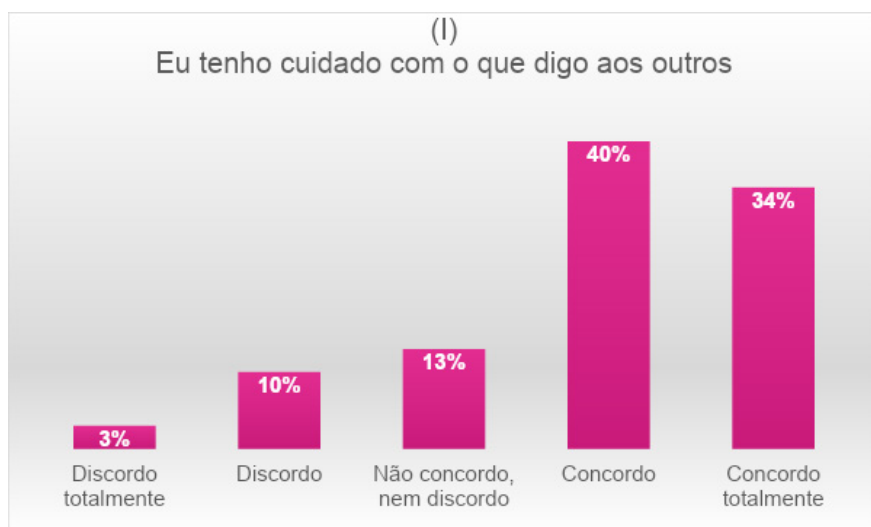


Figura 1 - “Eu tenho cuidado com o que digo aos outros” (Grupo I)

Análise: em relação ao grupo de comparação, o grupo de intervenção (I) mostrou uma redução de 19% (concordo = 59%) na análise que faz ao cuidado que tem com os outros, contudo, a percentagem de ‘concordo totalmente’ deste grupo (I) é superior 21% em relação ao grupo de comparação (C), além de mostrar maior capacidade de análise das suas próprias ações, na medida em que o indicador ‘não concordo, nem discordo’ diminuiu 5% no grupo C.

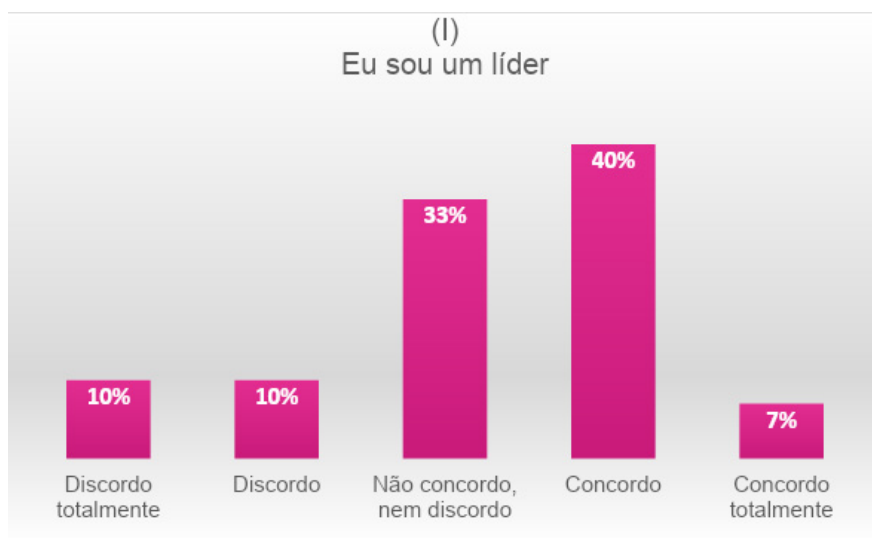


Figura 2 - “Eu sou um líder” (Grupo I)

Análise: após a intervenção das sessões da ALM, o grupo I mostrou maior facilidade para admitir que está preparado para a liderança, quando o grupo C indica, no indicador ‘concordo’ menos 14%. Aliás, se somarmos os indicadores ‘concordo’ e ‘concordo totalmente’, a diferença entre grupos é de uma dezena percentual, enquanto a incerteza (‘não concordo, nem discordo’) é de 8% a mais para o grupo C.

Podemos, portanto, intuir que o ALM promove emancipação – de raparigas e de rapazes –, tal como poderá ter enunciado os processos políticos transparentes, essencialmente através das comunicação digital e não-digital.



Figura 3 - “Eu gosto de ajudar os outros” (Grupo I)

Análise: o Grupo I não se distingue substancialmente do C: o primeiro tem apenas um ligeiro desvio no item ‘discordo totalmente’, que apresenta quatro respostas, ao contrário do Grupo C, que apresenta zero respostas negativas. É um dos dados que nos deixa sem resposta, mas, contudo, com uma indicação segundo a qual, quanto maior a consciencialização mediática – on e offline – maior a evidência subjetiva sobre ações que, porventura não sejam para o bem público, mas, antes de mais, para bem privado e único.



Figura 4 - “Eu consigo controlar as minhas ações” (Grupo I)

Análise: o controlo sobre as ações individuais, tanto entre o Grupo I como entre o Grupo C, é semelhante. Contudo, o I destaca-se pela soma dos indicadores ‘concordo’ e ‘concordo totalmente’. Aqui, os valores são mais evidentes. Contudo, não conseguimos obter evidências suficientes para verificarmos se este controlo das ações está diretamente ligado com a participação nas ações ALM. Necessitaríamos de um aprofundamento das correlações e de outras técnicas completares de análise.

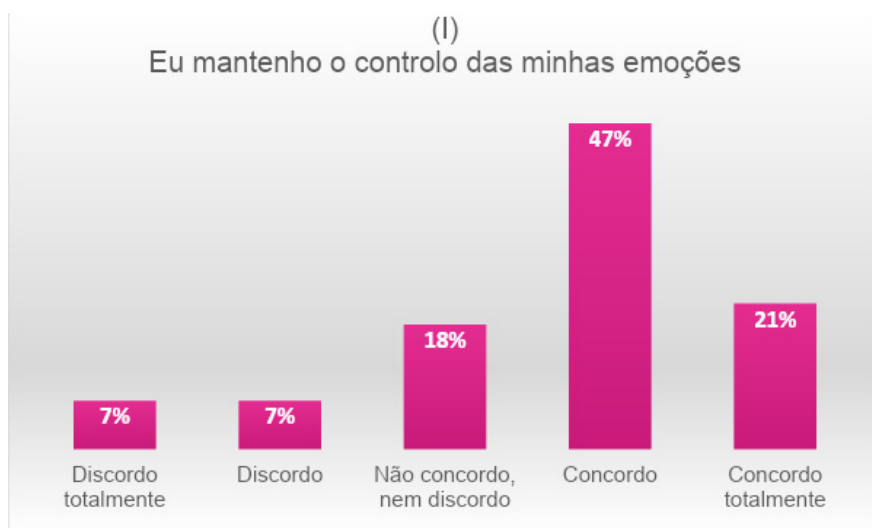


Figura 5 - “Eu mantenho o controlo das minhas emoções” (Grupo I)

Análise: também neste item o Grupo I mostrou estar mais sob controlo das emoções, quando comparado com o Grupo C. Aqui, como os valores são mais de 10 pontos percentuais, levam-nos a ter indicações de que a discussão sobre os conteúdos mediáticos, a representação subjetiva, intersubjetiva dos mesmos e os alertas sobre a desinformação e as chamadas notícias falsas teve consequências objetivas e quantificáveis.

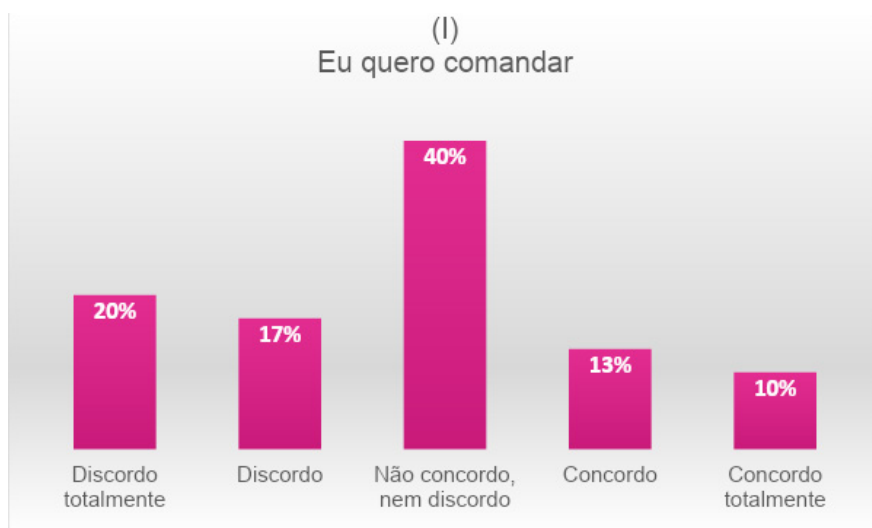


Figura 6 - “Eu quero comandar” (Grupo I)

Análise: ao contrário da ideia de liderança, a noção de comando é distante – pelo menos, não parece apazível – para a maioria das/os respondentes. Há, em ambos os grupos, uma clara falta de certeza sobre a possibilidade de comandar, quer no presente, quer no futuro, que tanto as/os aflige.



Figura 7 - “Eu sou extrovertido sociável” (Grupo I)

Análise: após o período de duração do ALM, é-nos de certa forma evidente que a maioria das/os participantes não se mostrou extrovertido, nem facilmente sociável. Contudo, esta incerteza, vertida em ‘nem concordo, nem discordo’, pode revelar que, em comparação com o Grupo C, estamos a verificar que, para sermos alguém extrovertido e sociável, não basta ser um vazio digital ou até presencial.

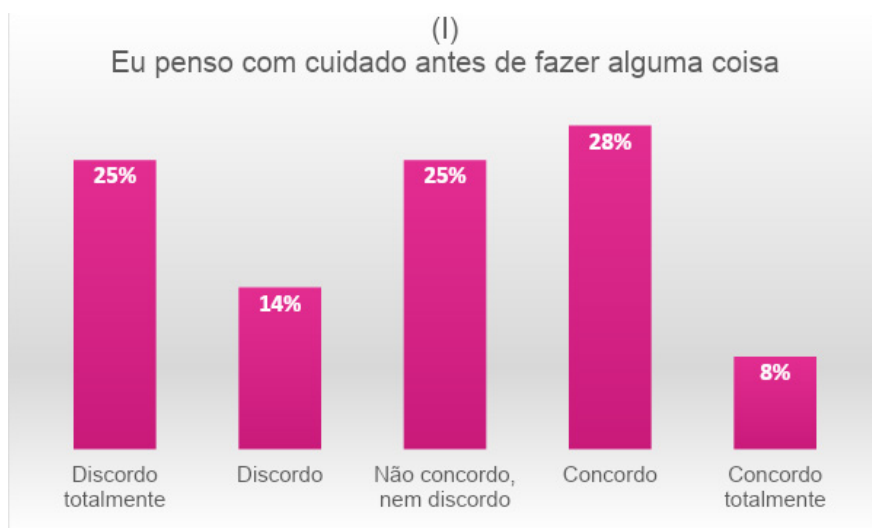


Figura 8 - “Eu penso com cuidado antes de fazer alguma coisa” (Grupo I)

Análise: os resultados neste quesito distanciam-se, ao contrário que inicialmente poderíamos estar a ter como hipótese. Ao contrário do Grupo C, o Grupo I indica menos cuidado antes de fazer alguma coisa. Não temos dados suficientes para concluir este dado, contudo, a consciencialização que o projeto pode ter incutido poder-se-á ter tornado num nivelador de cuidados a ter antes de tomar decisões, das mais frugais, até ao primeiro momento de voto em sufrágio eleitoral.

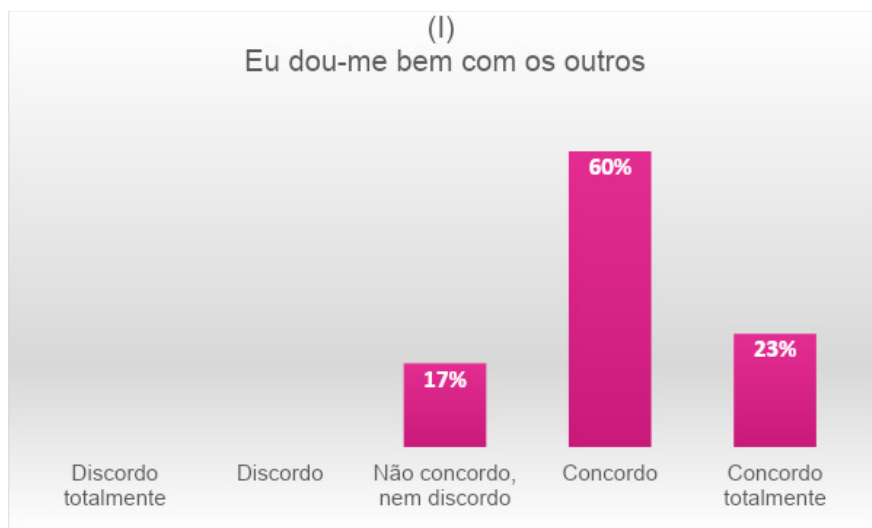


Figura 9 - “Eu dou-me bem com os outros” (Grupo I)

Análise: nesta questão, as/os inquiridas/os do Grupo I indicaram com menor expressão como “alguém que se dá bem com os outros”, tal como mostraram mais dúvidas (17% ‘não concordo, nem discordo’) quando comparado com o Grupo C (6%). Dificilmente conseguiríamos extrair destes dados alguma conclusão concreta, visto que não fizemos a correlação social, implícita na questão, e os exercícios laboratoriais descritos nos objetivos da ALM. Não obstante, os valores do indicador ‘concordo’ são bastante altos nos dois casos.

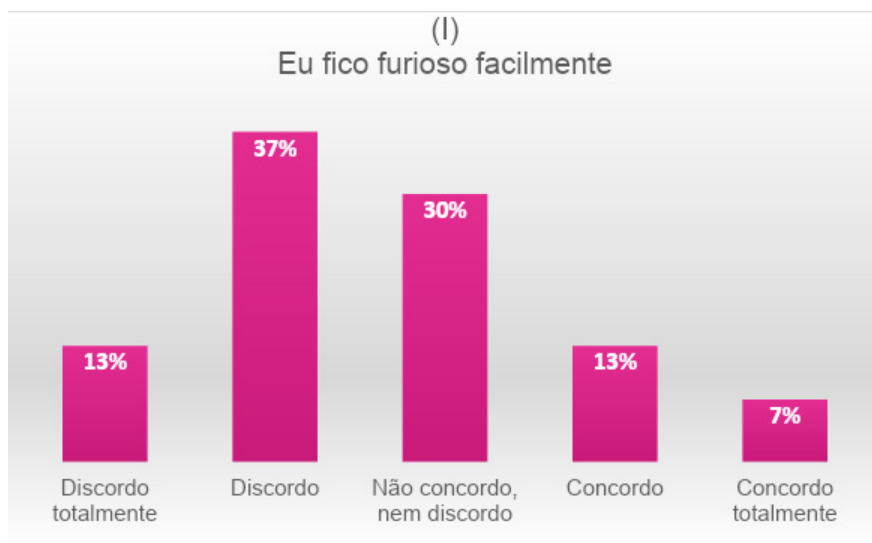


Figura 10 - “Eu fico furioso facilmente” (Grupo I)

Análise: os dados dos vários indicadores – em ambos os grupos – são muito próximos: apresentam cerca de 50% de participantes que admitem ter ficado facilmente furiosos e sem certeza de que tal tenha acontecido (ou possa vir a acontecer). Uma dedução nossa aponta para que estes dados, nos dois grupos, sejam evidências do distanciamento físico imposto pela Covid-19 e de alguma incapacidade de relacionamento social ter passado a caracterizar estes jovens geração-estudante-Covid-19.



Figura 11 - “Eu começo discussões com os outros” (Grupo I)

Análise: no que respeita aos dados da Covilhã, estamos em crer que o conceito “discussão” terá sido interpretado com sentido de altercação e não tanto como troca de argumentos sobre determinado tema. Só desta forma é que, tendo em consideração as experiências das sessões da ALM – com altíssimos níveis de envolvimento e participação dialógicos – é que poderemos, porventura, entender estes resultados. Ainda assim, destacamos que o Grupo I apresenta 21% no somatório dos indicadores ‘concordo’ e ‘concordo totalmente’, já o Grupo C 12%.

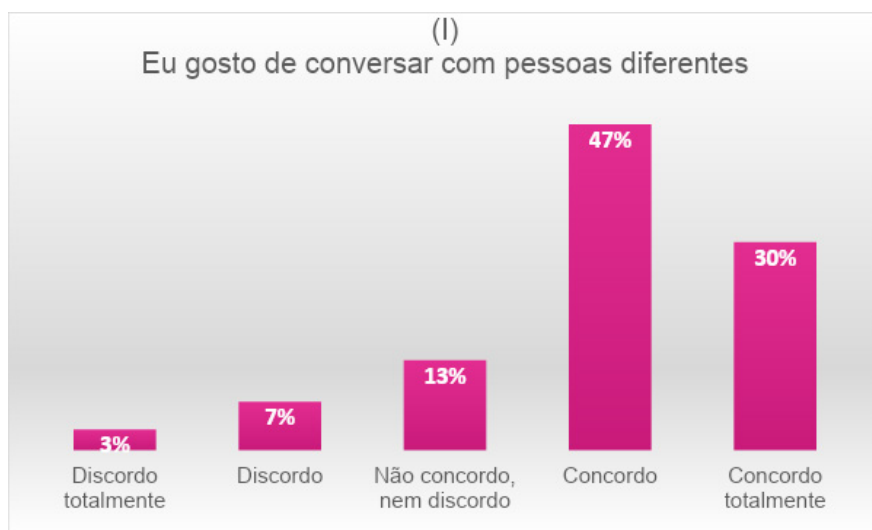


Figura 12 - “Eu gosto de conversar com pessoas diferentes” (Grupo I)

Análise: nesta abordagem, não será exagerado deduzir-se que o Grupo I abriu possibilidades de aproximação e de conversação com pessoas fora circuito habitual de amizades e familiares. Entendemos, assim, que a ALM proporcionou aos seus participantes novos contactos com o mundo, novas leituras sobre a realidade, a partir do pressuposto segundo o qual só com múltiplos contactos é que conseguimos fazer uma construção mais justa da realidade.

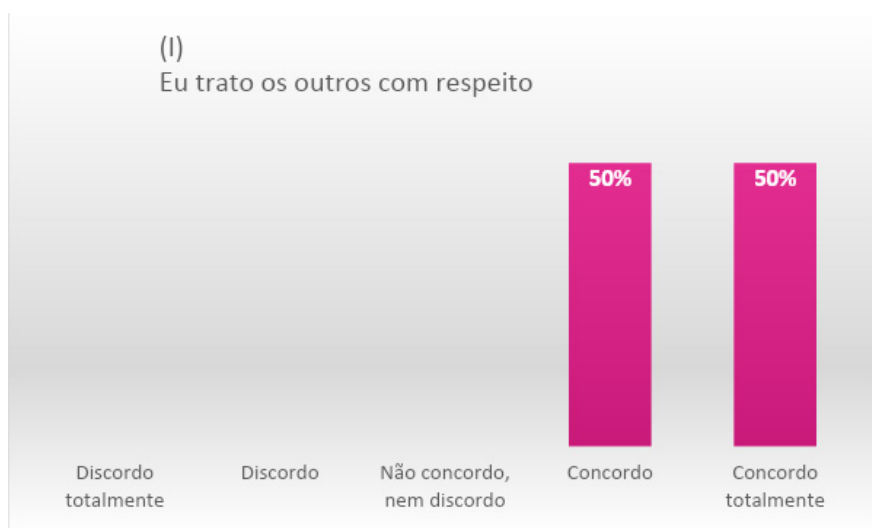


Figura 13 - “Eu trato os outros com respeito” (Grupo I)

Análise: é notório, no Grupo I, 100% de concordância e/ou total concordância com a afirmação “eu trato os outros com respeito”. Dados que nos podem apontar para uma relação: ao aumento do nível de literacia mediática poderá corresponder um aumento da capacidade da perceção do que significa ‘respeito pelo outro’.

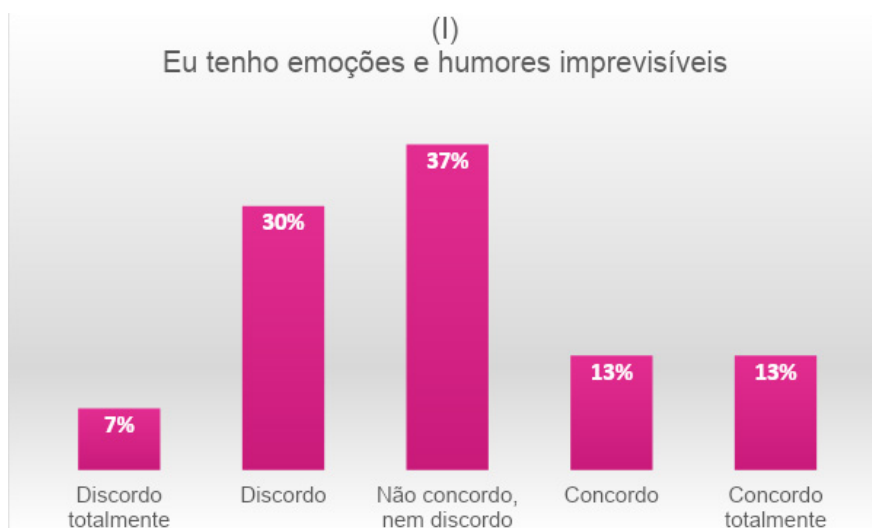


Figura 14 - “Eu tenho emoções e humores imprevisíveis” (Grupo I)

Análise: dado que o público-alvo da ALM é adolescente, as respostas a este ponto, muito semelhantes nos dois grupos (I e C), o valor que se nota com maior diferença é o ‘concordo totalmente’ (13% [I]; 6% [C]), o que pode sugerir que o projeto poderá ter aumentado a consciência do que pode ser o processo da adolescência em contacto com os diversos média, especialmente, os chamados ‘novos média’.

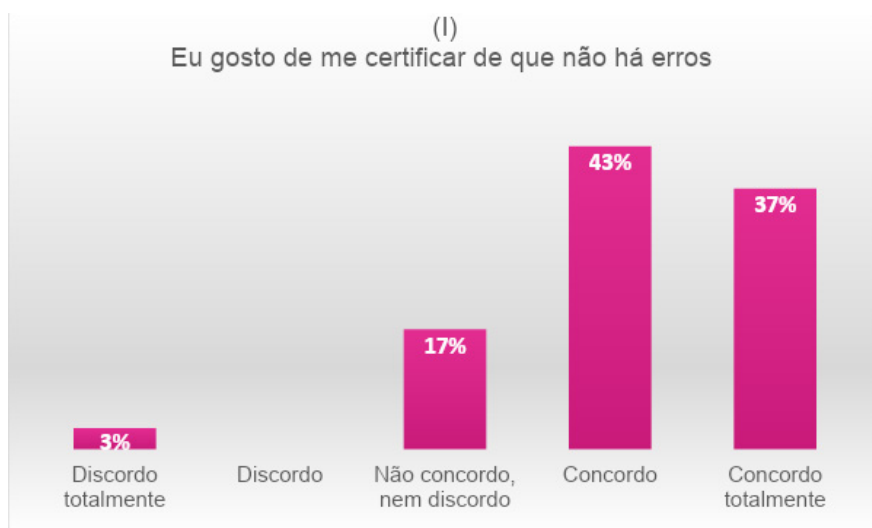


Figura 15 - “Eu gosto de me certificar de que não há erros” (Grupo I)

Análise: as/os respondentes deste tópico (Grupo I) afirmam, de forma mais expressiva do que o Grupo C, a necessidade de se evitarem erros, especialmente, quando estes são públicos e podem induzir um conjunto de pessoas nesse mesmo erro. Este foi, aliás, um dos tópicos mais desenvolvidos nas sessões da ALM: as incongruências, desinformações e mentiras publicadas nos média que partem de erros – intencionais ou não – de produtores de conteúdos mediáticos (formais ou não).



Figura 16 - “Eu paro para pensar antes de agir” (Grupo I)

Análise: o Grupo I mostra, de forma inequívoca, que opta por refletir antes de ações que possam implicar outras pessoas. A diferença do Grupo C é que os valores ‘concordo’ ou ‘concordo totalmente’ são menos expressivos do que os do Grupo I (- 8%). Este, tal como o anterior, foram tópicos discutidos em todas as sessões da ALM, ou seja, a necessidade de pensamento reflexivo antes de ações que possam ser nocivas, especialmente, no universo *online*.

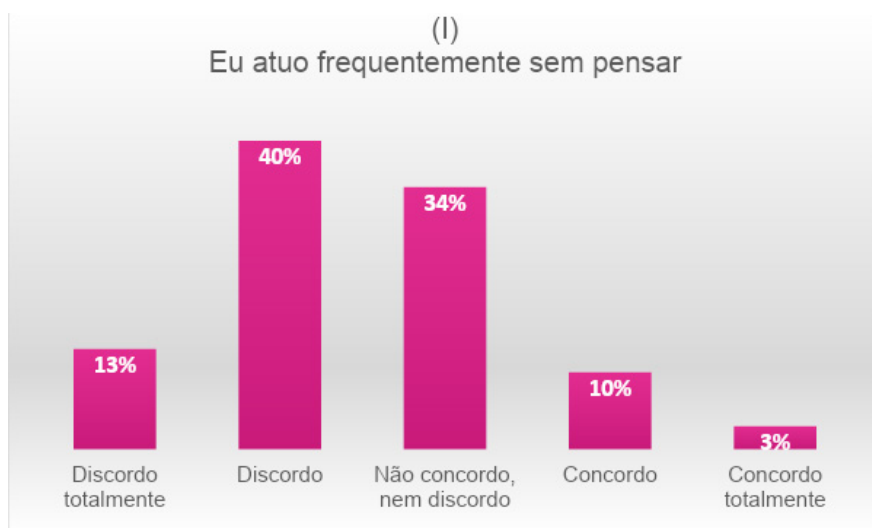


Figura 17 - “Eu atuo frequentemente sem pensar” (Grupo I)

Análise: por outro lado, 34% das/os participantes (Grupo I), mostram ter dúvidas sobre possíveis atuações sem pensar. Ainda assim, a maioria refere que discorda desta afirmação, contudo, menos 11% do que o Grupo C, o que nos pode remeter para uma maior consciência da ação-consequência, muito abordada nas sessões ALM.

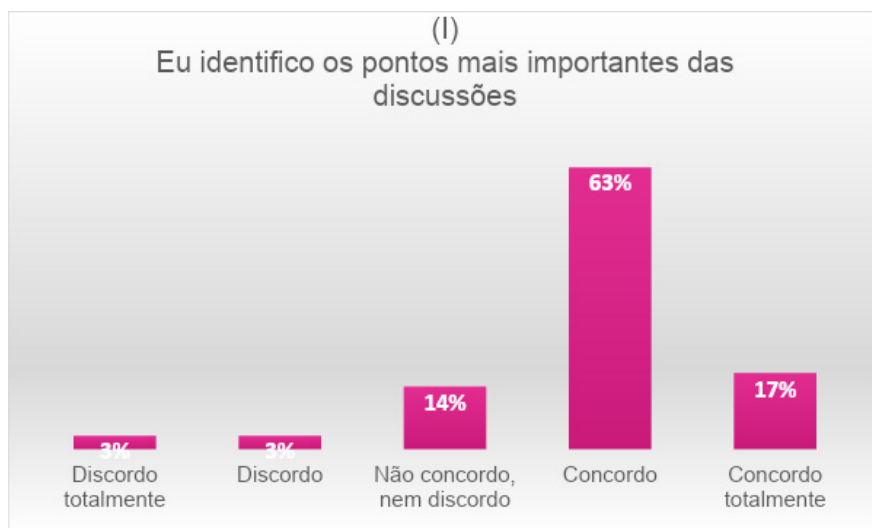


Figura 18 - “Eu identifico os pontos mais importantes das discussões” (Grupo I)

Análise: o Grupo I, como vemos no gráfico 18, refere, maioritariamente, que consegue detetar os pontos com maior relevância/importância nas discussões. Uma diferença de 18% em relação ao Grupo C, consequência, deduzimos, das inúmeras ações da ALM, que incluíram discussão entre participantes, docentes e monitoras/es.



Figura 19 - “Eu faço perguntas para perceber o ponto de vista das outras pessoas” (Grupo I)

Análise: no seguimento do ponto anterior, o Grupo I indica ter uma maior predisposição para perceber o ponto de vista das outras pessoas, antes de tirar possíveis conclusões ou partir para novas questões. A diferença em relação ao Grupo C é de 16%. Assim, podemos incluir como mais uma das metas alcançadas com o projeto.

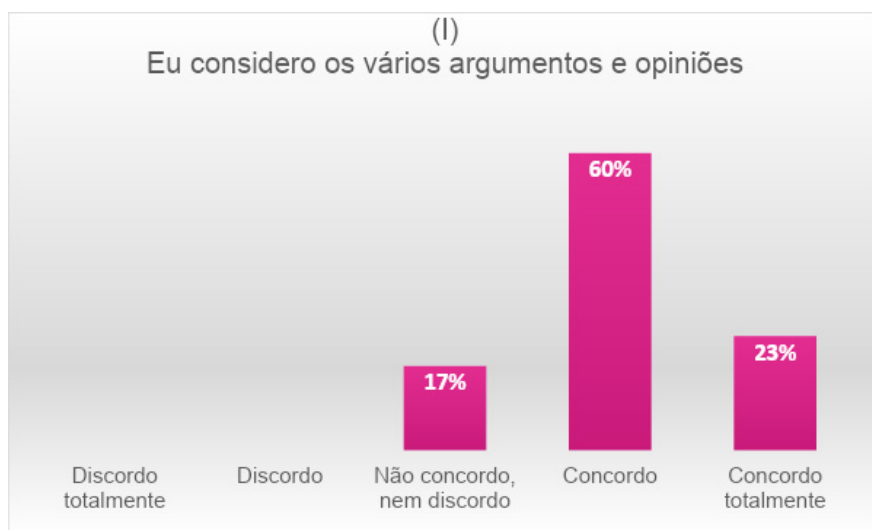


Figura 20 - “Eu considero vários argumentos e opiniões” (Grupo I)

Análise: neste ponto, os dados dos grupos I e C são em tudo semelhantes, o que nos deve levar a ter em consideração que a ALM interveio mais na ação do sujeito para com os média e nem tanto no sujeito sobre outros sujeitos – quesito já previamente desenvolvido, em princípio, em contexto de sala de aula e/ou de níveis de educação formal e de educação não-formal.

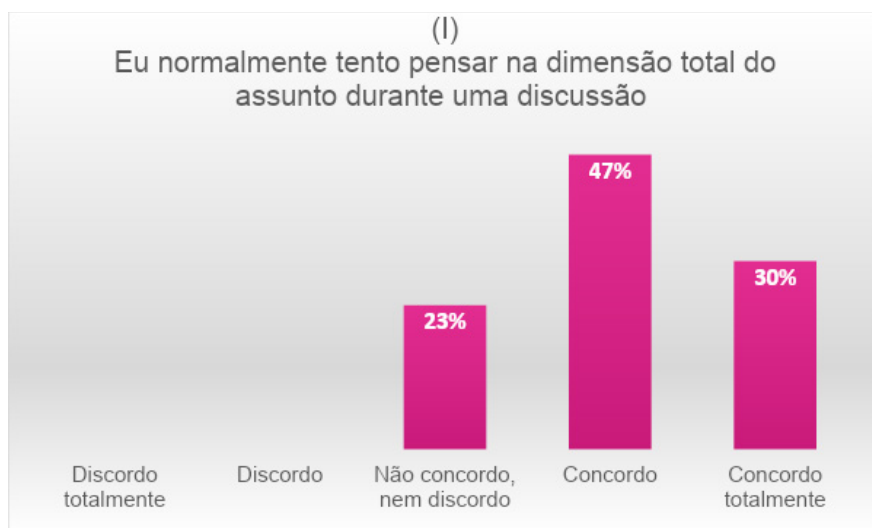


Figura 21 - “Eu normalmente tento pensar na dimensão total do assunto durante a discussão” (Grupo I)

Análise: também neste ponto, os dois grupos apresentam dados muito próximos. Contudo, o Grupo I mostra dar maior relevância à amplitude da dimensão da discussão (essencialmente, *online*), do que o Grupo C – diferença de cerca de 10%. Pouco representativa, ainda assim.

A) Análise Quantitativa

No final de todas os anos de aplicação do projeto *Academia da Leitura do Mundo (ALM): a Comunicação, o Jornalismo e Eu* foram aplicados inquéritos por questionários, que vamos brevemente escarpelizar, tendo como contraponto o grupo de comparação (Grupo C).

Daremos mais destaque os resultados do Grupo I, pois foi o grupo de contacto, no qual a intervenção foi sistemática, ininterrupta e com registos de participação sempre próximos dos 100%. Além de uma notória participação das docentes da Escola Secundária Quinta das Palmeiras.

Passamos, agora, aos resultados dos inquéritos e às análises necessariamente sucintas para este relatório final.

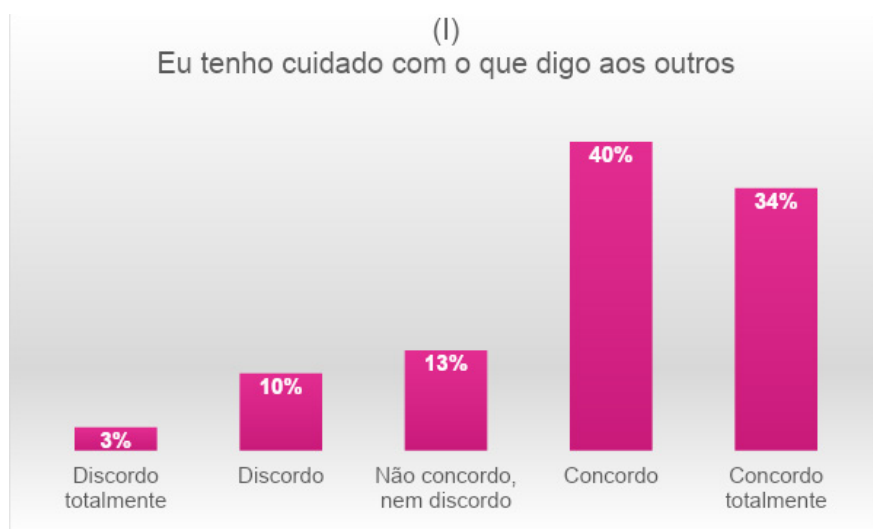


Figura 1 - “Eu tenho cuidado com o que digo aos outros” (Grupo I)

Análise: em relação ao grupo de comparação, o grupo de intervenção (I) mostrou uma redução de 19% (concordo = 59%) na análise que faz ao cuidado que tem com os outros, contudo, a percentagem de ‘concordo totalmente’ deste grupo (I) é superior 21% em relação ao grupo de comparação (C), além

de mostrar maior capacidade de análise das suas próprias ações, na medida em que o indicador ‘não concordo, nem discordo’ diminuiu 5% no grupo C.

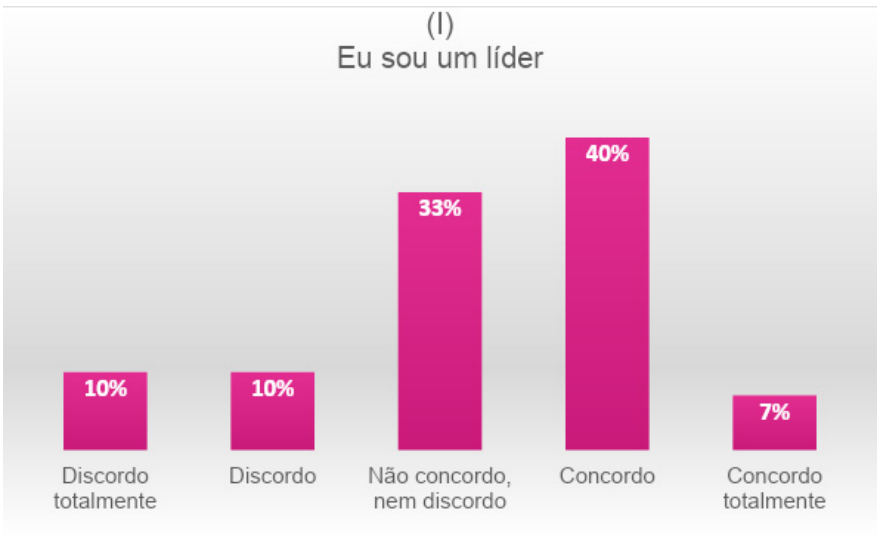


Figura 2 - “Eu sou um líder” (Grupo I)

Análise: após a intervenção das sessões da ALM, o grupo I mostrou maior facilidade para admitir que está preparado para a liderança, quando o grupo C indica, no indicador ‘concordo’ menos 14%. Aliás, se somarmos os indicadores ‘concordo’ e ‘concordo totalmente’, a diferença entre grupos é de uma dezena percentual, enquanto a incerteza (‘não concordo, nem discordo’) é de 8% a mais para o grupo C.

Podemos, portanto, intuir que o ALM promove emancipação – de raparigas e de rapazes –, tal como poderá ter enunciado os processos políticos transparentes, essencialmente através das comunicação digital e não-digital.

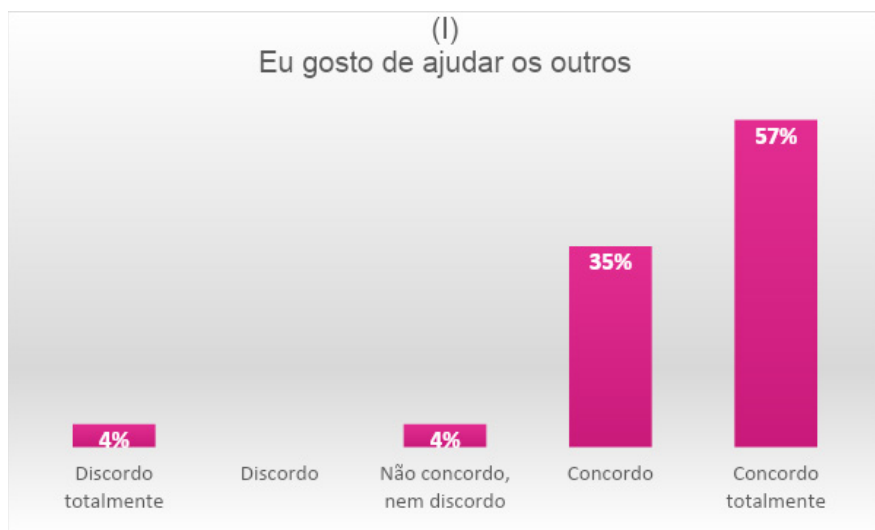


Figura 3 - “Eu gosto de ajudar os outros” (Grupo I)

Análise: o Grupo I não se distingue substancialmente do C: o primeiro tem apenas um ligeiro desvio no item ‘discordo totalmente’, que apresenta quatro respostas, ao contrário do Grupo C, que apresenta zero respostas negativas. É um dos dados que nos deixa sem resposta, mas, contudo, com uma indicação segundo a qual, quanto maior a consciencialização mediática – on e offline – maior a evidência subjetiva sobre ações que, porventura não sejam para o bem público, mas, antes de mais, para bem privado e único.



Figura 4 - “Eu consigo controlar as minhas ações” (Grupo I)

Análise: o controlo sobre as ações individuais, tanto entre o Grupo I como entre o Grupo C, é semelhante. Contudo, o I destaca-se pela soma dos indicadores ‘concordo’ e ‘concordo totalmente’. Aqui, os valores são mais evidentes. Contudo, não conseguimos obter evidências suficientes para verificarmos se este controlo das ações está diretamente ligado com a participação nas ações ALM. Necessitaríamos de um aprofundamento das correlações e de outras técnicas completares de análise.

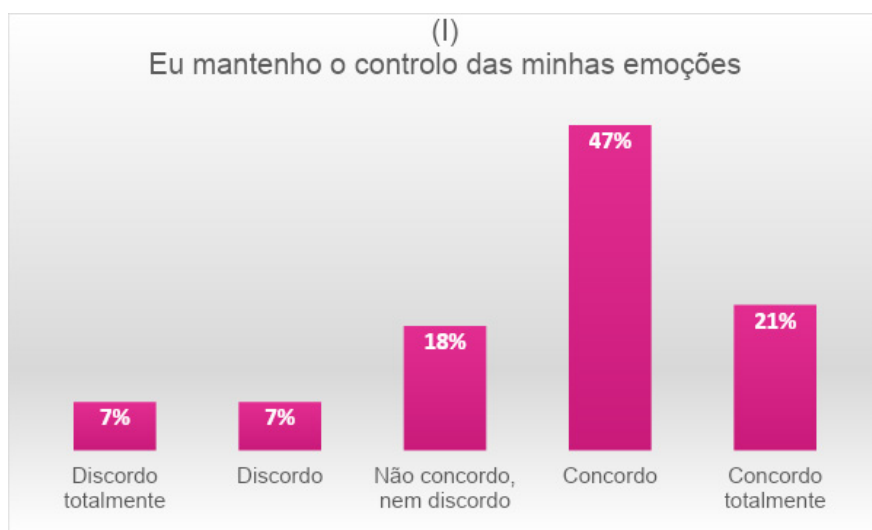


Figura 5 - “Eu mantenho o controlo das minhas emoções” (Grupo I)

Análise: também neste item o Grupo I mostrou estar mais sob controlo das emoções, quando comparado com o Grupo C. Aqui, como os valores são mais de 10 pontos percentuais, levam-nos a ter indicações de que a discussão sobre os conteúdos mediáticos, a representação subjetiva, inter-subjetivas dos mesmos e os alertas sobre a desinformação e as chamadas notícias falsas teve consequências objetivas e quantificáveis.

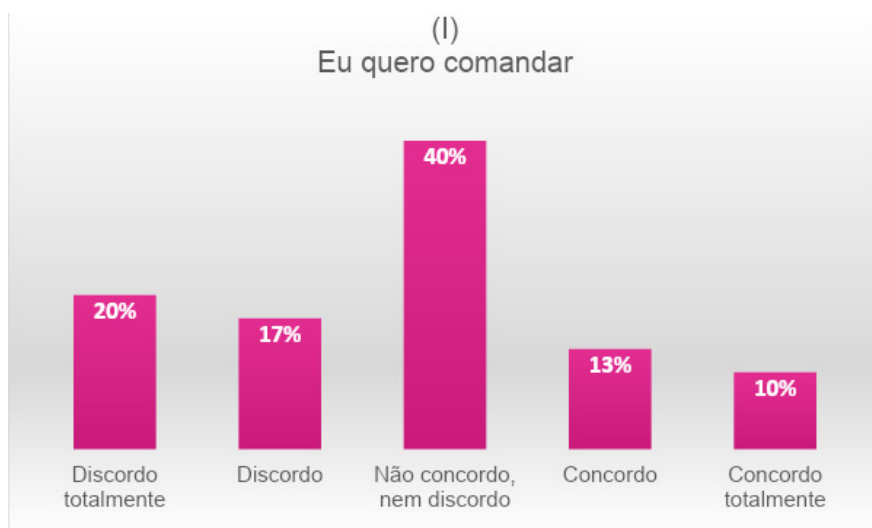


Figura 6 - “Eu quero comandar” (Grupo I)

Análise: ao contrário da ideia de liderança, a noção de comando é distante – pelo menos, não parece apazível – para a maioria das/os respondentes. Há, em ambos os grupos, uma clara falta de certeza sobre a possibilidade de comandar, quer no presente, quer no futuro, que tanto as/os aflige.

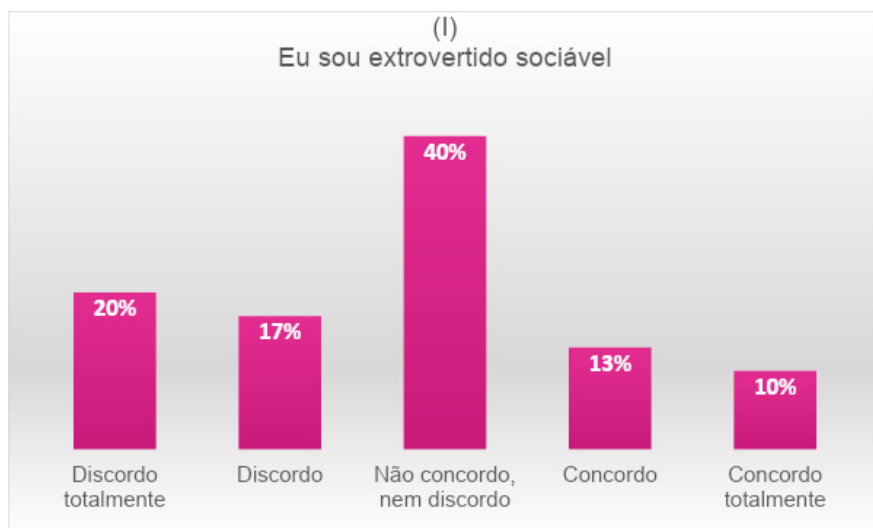


Figura 7 - “Eu sou extrovertido sociável” (Grupo I)

Análise: após o período de duração do ALM, é-nos de certa forma evidente que a maioria das/os participantes não se mostrou extrovertido, nem facilmente sociável. Contudo, esta incerteza, vertida em ‘nem concordo, nem discordo’, pode revelar que, em comparação com o Grupo C, estamos a verificar que, para sermos alguém extrovertido e sociável, não basta ser um vazio digital ou até presencial.

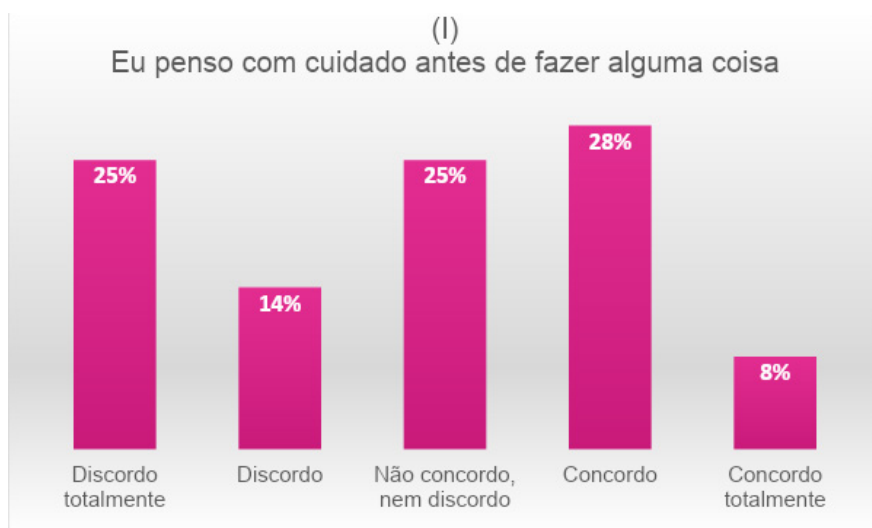


Figura 8 - “Eu penso com cuidado antes de fazer alguma coisa” (Grupo I)

Análise: os resultados neste quesito distanciam-se, ao contrário que inicialmente poderíamos estar a ter como hipótese. Ao contrário do Grupo C, o Grupo I indica menos cuidado antes de fazer alguma coisa. Não temos dados suficientes para concluir este dado, contudo, a consciencialização que o projeto pode ter incutido poder-se-á ter tornado num nivelador de cuidados a ter antes de tomar decisões, das mais frugais, até ao primeiro momento de voto em sufrágio eleitoral.

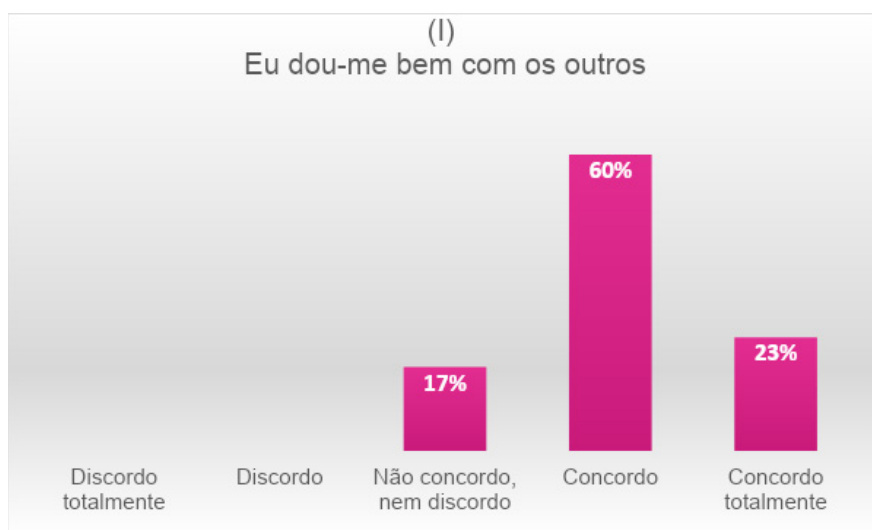


Figura 9 - “Eu dou-me bem com os outros” (Grupo I)

Análise: nesta questão, as/os inquiridas/os do Grupo I indicaram com menor expressão como “alguém que se dá bem com os outros”, tal como mostraram mais dúvidas (17% ‘não concordo, nem discordo’) quando comparado com o Grupo C (6%). Dificilmente conseguiríamos extrair destes dados alguma conclusão concreta, visto que não fizemos a correlação social, implícita na questão, e os exercícios laboratoriais descritos nos objetivos da ALM. Não obstante, os valores do indicador ‘concordo’ são bastante altos nos dois casos.

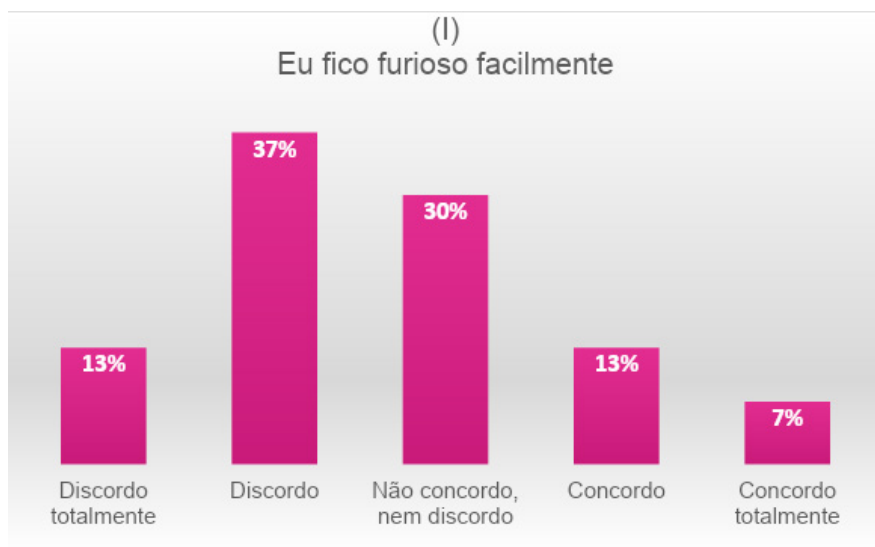


Figura 10 - “Eu fico furioso facilmente” (Grupo I)

Análise: os dados dos vários indicadores – em ambos os grupos – são muito próximos: apresentam cerca de 50% de participantes que admitem ter ficado facilmente furiosos e sem certeza de que tal tenha acontecido (ou possa vir a acontecer). Uma dedução nossa aponta para que estes dados, nos dois grupos, sejam evidências do distanciamento físico imposto pela Covid-19 e de alguma incapacidade de relacionamento social ter passado a caracterizar estes jovens geração-estudante-Covid-19.



Figura 11 - “Eu começo discussões com os outros” (Grupo I)

Análise: no que respeita aos dados da Covilhã, estamos em crer que o conceito “discussão” terá sido interpretado com sentido de altercação e não tanto como troca de argumentos sobre determinado tema. Só desta forma é que, tendo em consideração as experiências das sessões da ALM – com altíssimos níveis de envolvimento e participação dialógicos – é que poderemos, porventura, entender estes resultados. Ainda assim, destacamos que o Grupo I apresenta 21% no somatório dos indicadores ‘concordo’ e ‘concordo totalmente’, já o Grupo C 12%.

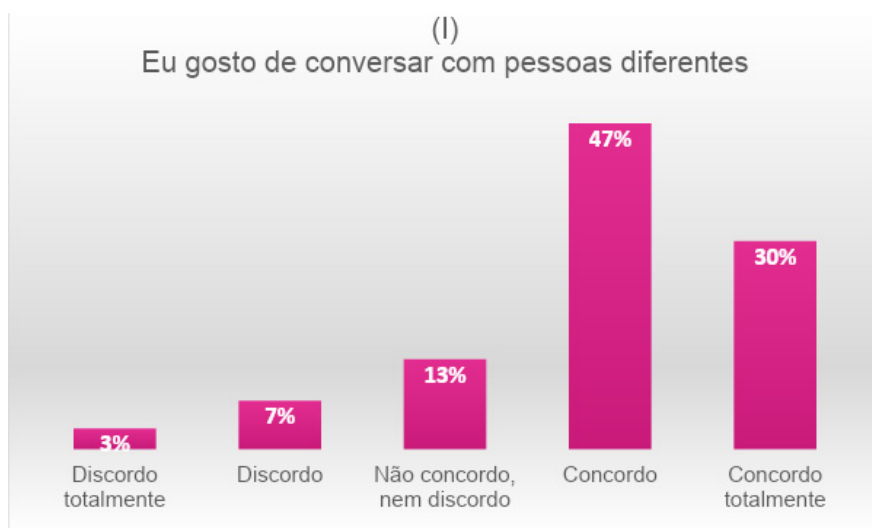


Figura 12 - “Eu gosto de conversar com pessoas diferentes” (Grupo I)

Análise: nesta abordagem, não será exagerado deduzir-se que o Grupo I abriu possibilidades de aproximação e de conversação com pessoas fora circuito habitual de amizades e familiares. Entendemos, assim, que a ALM proporcionou aos seus participantes novos contactos com o mundo, novas leituras sobre a realidade, a partir do pressuposto segundo o qual só com múltiplos contactos é que conseguimos fazer uma construção mais justa da realidade.

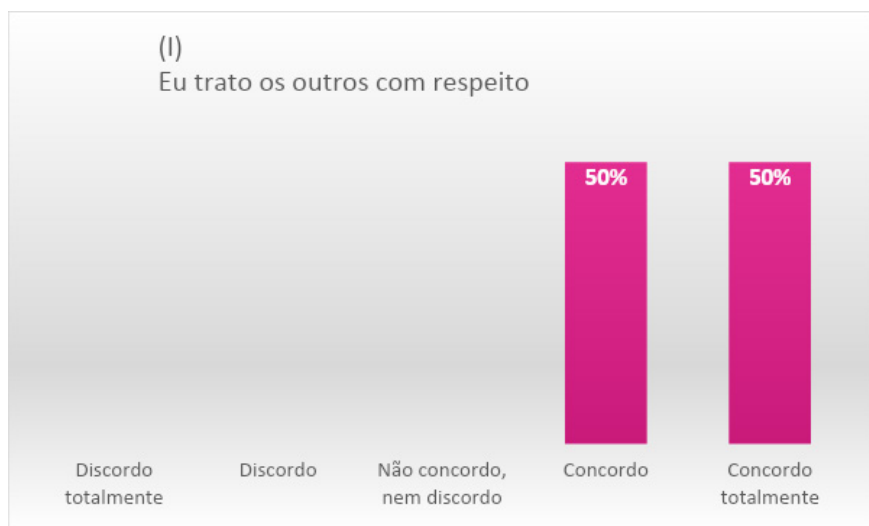


Figura 13 - “Eu trato os outros com respeito” (Grupo I)

Análise: é notório, no Grupo I, 100% de concordância e/ou total concordância com a afirmação “eu trato os outros com respeito”. Dados que nos podem apontar para uma relação: ao aumento do nível de literacia mediática poderá corresponder um aumento da capacidade da perceção do que significa ‘respeito pelo outro’.

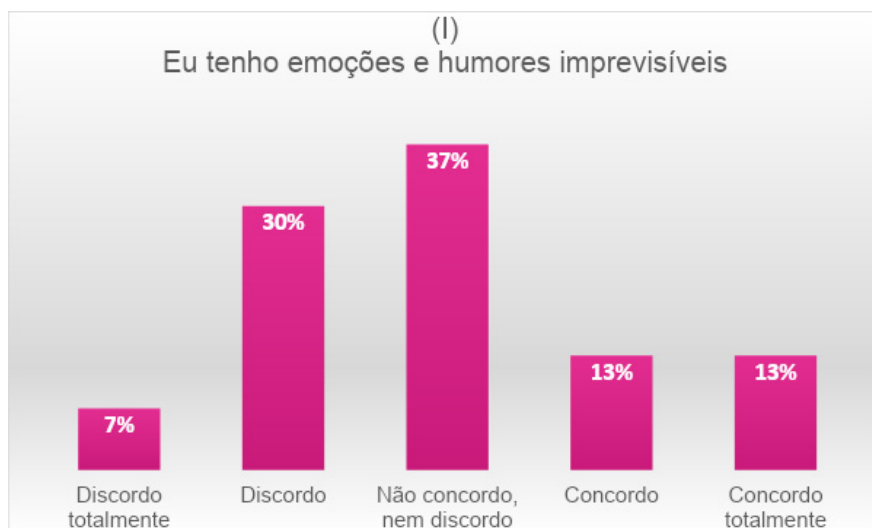


Figura 14 - “Eu tenho emoções e humores imprevisíveis” (Grupo I)

Análise: dado que o público-alvo da ALM é adolescente, as respostas a este ponto, muito semelhantes nos dois grupos (I e C), o valor que se nota com maior diferença é o ‘concordo totalmente’ (13% [I]; 6% [C]), o que pode sugerir que o projeto poderá ter aumentado a consciência do que pode ser o processo da adolescência em contacto com os diversos média, especialmente, os chamados ‘novos média’.

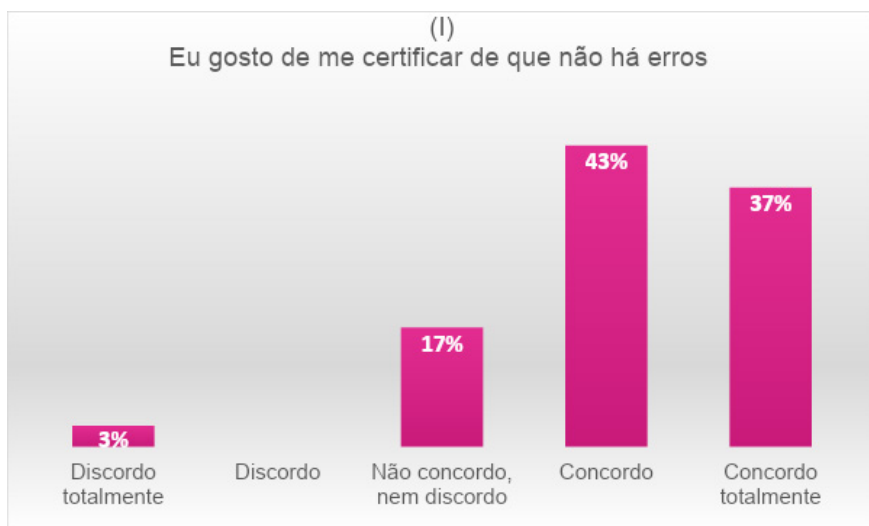


Figura 15 - “Eu gosto de me certificar de que não há erros” (Grupo I)

Análise: as/os respondentes deste tópico (Grupo I) afirmam, de forma mais expressiva do que o Grupo C, a necessidade de se evitarem erros, especialmente, quando estes são públicos e podem induzir um conjunto de pessoas nesse mesmo erro. Este foi, aliás, um dos tópicos mais desenvolvidos nas sessões da ALM: as incongruências, desinformações e mentiras publicadas nos média que partem de erros – intencionais ou não – de produtores de conteúdos mediáticos (formais ou não).



Figura 16 - “Eu paro para pensar antes de agir” (Grupo I)

Análise: o Grupo I mostra, de forma inequívoca, que opta por refletir antes de ações que possam implicar outras pessoas. A diferença do Grupo C é que os valores ‘concordo’ ou ‘concordo totalmente’ são menos expressivos do que os do Grupo I (- 8%). Este, tal como o anterior, foram tópicos discutidos em todas as sessões da ALM, ou seja, a necessidade de pensamento reflexivo antes de ações que possam ser nocivas, especialmente, no universo *online*.

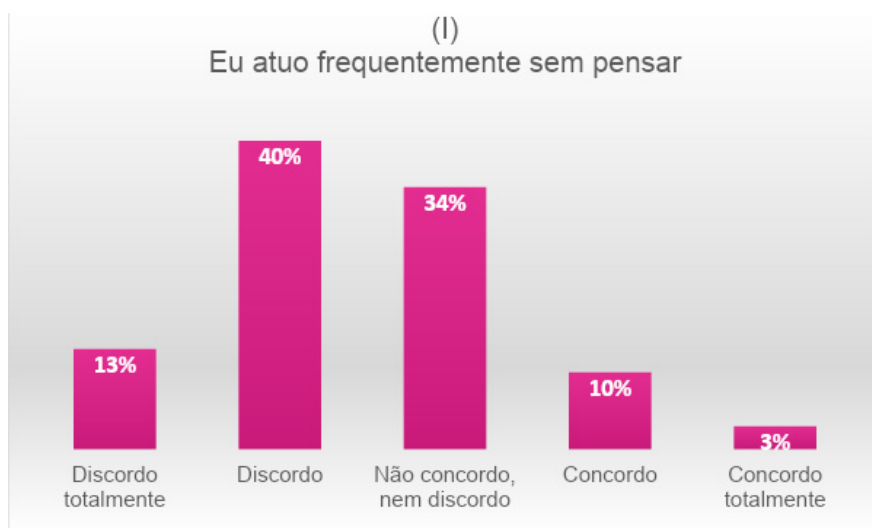


Figura 17 - “Eu atuo frequentemente sem pensar” (Grupo I)

Análise: por outro lado, 34% das/os participantes (Grupo I), mostram ter dúvidas sobre possíveis atuações sem pensar. Ainda assim, a maioria refere que discorda desta afirmação, contudo, menos 11% do que o Grupo C, o que nos pode remeter para uma maior consciência da ação-consequência, muito abordada nas sessões ALM.

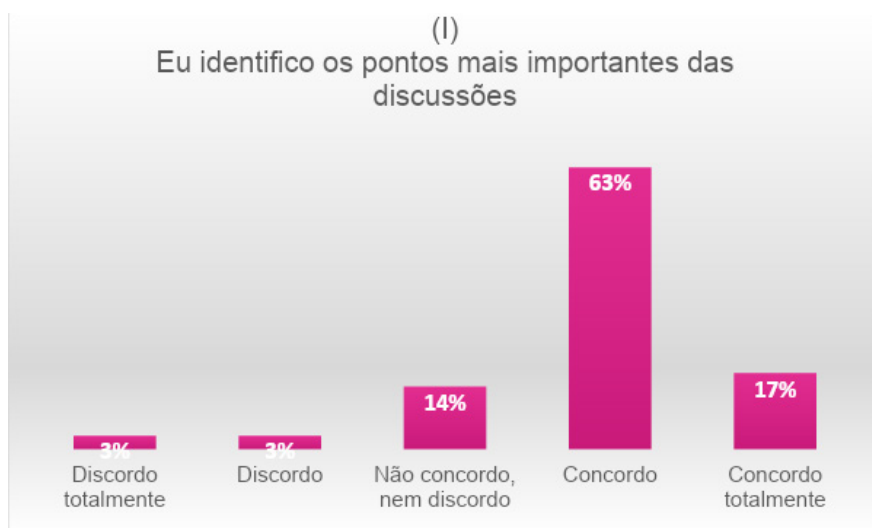


Figura 18 - “Eu identifico os pontos mais importantes das discussões” (Grupo I)

Análise: o Grupo I, como vemos no gráfico 18, refere, maioritariamente, que consegue detetar os pontos com maior relevância/importância nas discussões. Uma diferença de 18% em relação ao Grupo C, consequência, deduzimos, das inúmeras ações da ALM, que incluíram discussão entre participantes, docentes e monitoras/es.



Figura 19 - “Eu faço perguntas para perceber o ponto de vista das outras pessoas” (Grupo I)

Análise: no seguimento do ponto anterior, o Grupo I indica ter uma maior predisposição para perceber o ponto de vista das outras pessoas, antes de tirar possíveis conclusões ou partir para novas questões. A diferença em relação ao Grupo C é de 16%. Assim, podemos incluir como mais uma das metas alcançadas com o projeto.

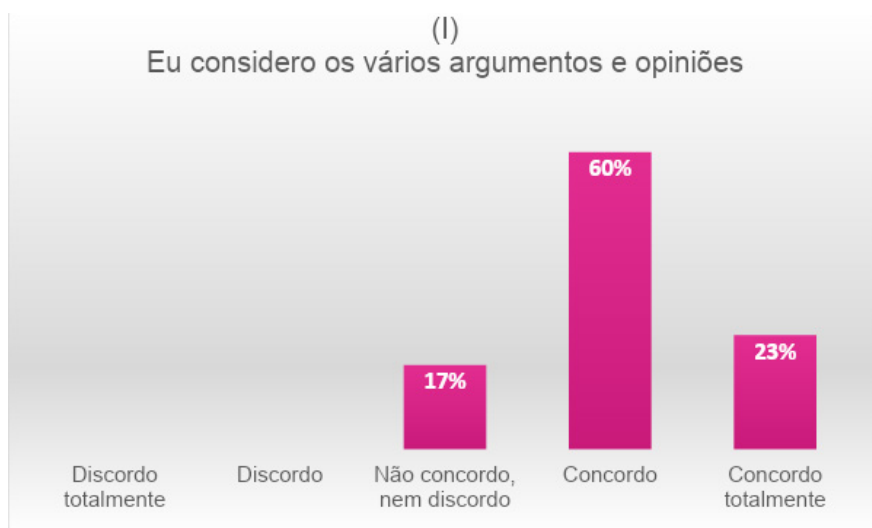


Figura 20 - “Eu considero vários argumentos e opiniões” (Grupo I)

Análise: neste ponto, os dados dos grupos I e C são em tudo semelhantes, o que nos deve levar a ter em consideração que a ALM interveio mais na ação do sujeito para com os média e nem tanto no sujeito sobre outros sujeitos – quesito já previamente desenvolvido, em princípio, em contexto de sala de aula e/ou de níveis de educação formal e de educação não-formal.

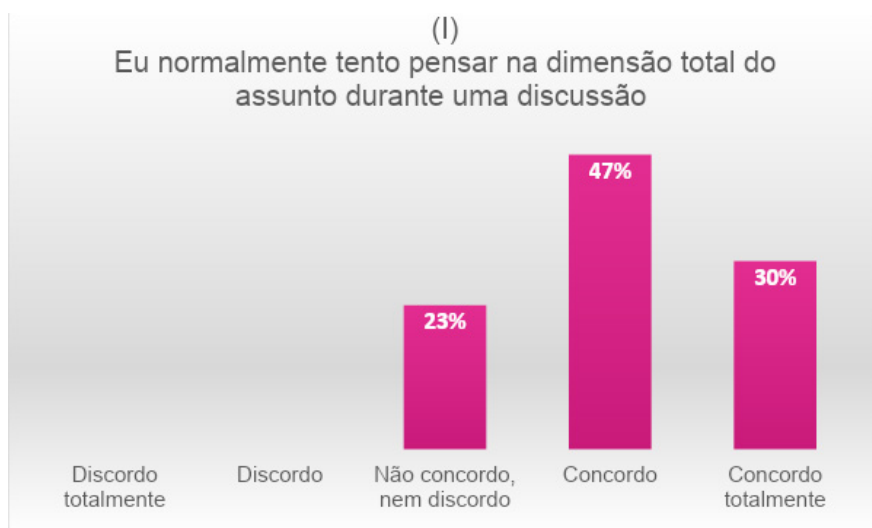


Figura 21 - “Eu normalmente tento pensar na dimensão total do assunto durante a discussão” (Grupo I)

Análise: também neste ponto, os dois grupos apresentam dados muito próximos. Contudo, o Grupo I mostra dar maior relevância à amplitude da dimensão da discussão (essencialmente, *online*), do que o Grupo C – diferença de cerca de 10%. Pouco representativa, ainda assim.



Figura 22 - “Eu utilizo mais do que uma fonte para procurar informação” (Grupo I)

Análise: a auscultação de mais do que uma fonte na procura e certificação de informação é semelhante entre os dois grupos. A questão das fontes de informação foi muito abordada nas sessões da ALM, contudo, de igual modo, intuímos nós, também tida em conta em outros contextos, além do projeto. O que nos deve, de alguma forma, tranquilizar em relação ao trabalho que a ESQP está a proceder com as/os estudantes.

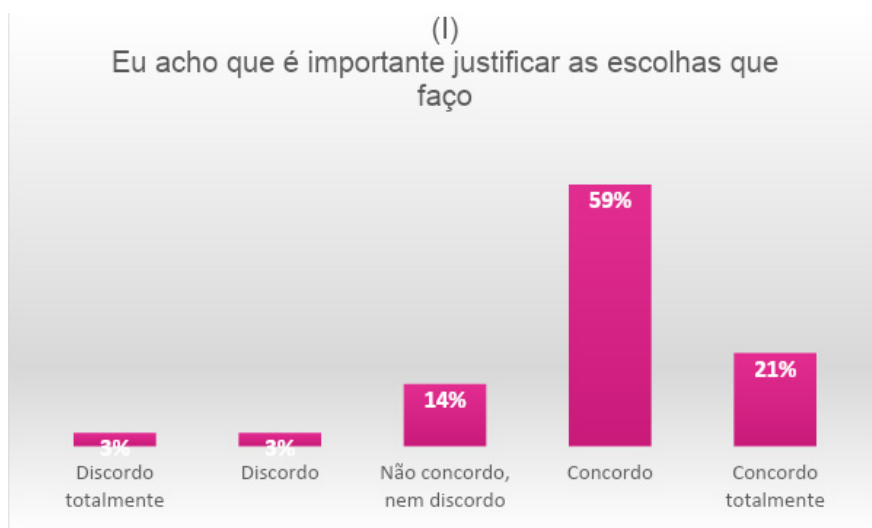


Figura 23 - “Eu acho que é importante justificar as escolhas que faço” (Grupo I)

Análise: para o Grupo I, 80% de participantes entendem que é importante justificar as escolhas que fazem, essencialmente, ao nível mediático, postas as implicações que podem ser mais amplas do que o sujeito/indivíduo antecipar. Uma diferença significativa em relação ao Grupo C (-13%).

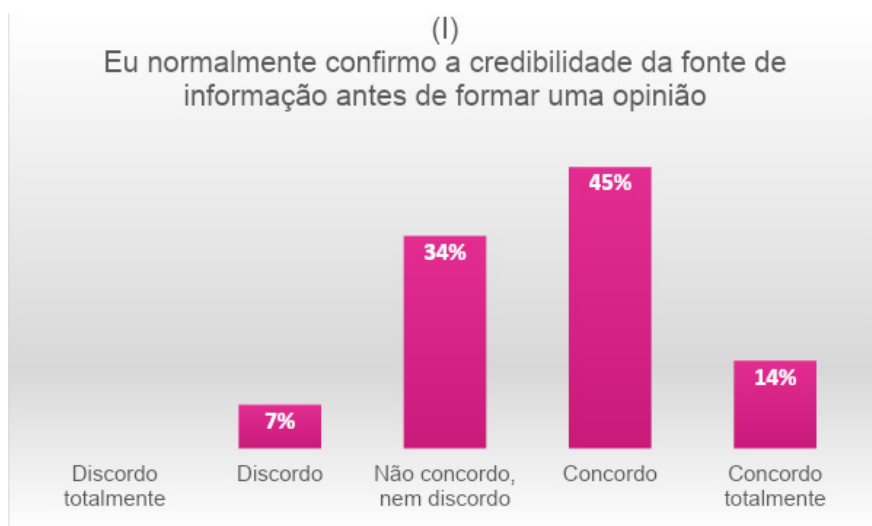


Figura 24 - “Eu normalmente confirmo a fonte de informação antes de formar uma opinião” (Grupo I)

Análise: este gráfico é outra das demonstrações muito relevantes da eficácia do projeto ALM. Se o Grupo C indica massivamente que acredita confirmar a credibilidade da fonte de informação antes de formar uma opinião, o que percebemos é que, com as sessões da ALM, as/os participantes intervencionados tomaram consciência da dificuldade, por um lado, de, na atualidade mediática, confirmar a credibilidade de uma fonte e de uma informação, e, por outro, a dúvida que é premente em todas as buscas que fazemos *online* e nos média em geral. A regra, portanto, é questionar, mesmo quando uma mensagem nos é passada com grande firmeza retórica, o que acontece, por exemplo, com os chamados influenciadores digitais.

Conclusões

Após análises múltiplas e da aplicação de diversas técnicas de análise, concluímos que os resultados mostram, resumidamente, que o impacto do projeto se pode observar nos seguintes aspetos principais:

1) As/Os participantes mostraram a necessidade de diversificar as fontes para obter informação e construir a sua imagem do mundo.

2) As/Os participantes entenderam que os média devem diversificar as vozes e posições sobre os diferentes temas.

3) As/Os participantes entendem que a diversidade deve ser um item sempre presente no conteúdo informativo, primeiro, como no conteúdo não informativo.

De facto, os jovens entendem que essas devem ser as principais estratégias a aplicar – tanto pelos receptores, quanto pelos produtores de média – para esclarecer a verdade e desconstruir as *fake news*.

Outros dados referem que o acesso às notícias era maioritariamente feito em casa, em dispositivos móveis, por influência dos pais. Porém, a maioria não responde quais canais acessam, ou quais são seus jornalistas de referência.

No final do ano de intervenção do projeto, a maioria das/os participantes revela que pensa frequentemente nas suas ações mediáticas, esforça-se por confirmar a credibilidade da fonte de informação antes de formar uma opinião, pondera os vários argumentos e opiniões e passa a prestar maior atenção aos meios de comunicação e ao nível de confiabilidade que lhe corresponde.

Referências bibliográficas

- Castells, M. (2017). O Poder da Comunicação. São Paulo: Paz e Terra.
- Cerqueira, C., & Cabecinhas, R. (2018). Desigualdades de género em foco: interseções entre produção e receção de conteúdos jornalísticos. Em S. Gomes, V. Duarte, F. Bessa, L. Cunha, A. M. Brandão, & A. Jorge, Desigualdades Sociais e Políticas Públicas - Homenagem a Manuel Carlos Silva (pp. 487-503). Famalicão: Húmus.
- Correia, J. C., & Amaral, I. (2021). A deriva da desinformação: Uma ameaça à identidade jornalística. Em J. C. Correia, & I. A. (Eds.), De que falamos quando dizemos “jornalismo”? Temas emergentes de pesquisa (pp. 9–24). Covilhã: Editora LabCom.IFP.
- Fidalgo, J. (2006). A valorização ‘teórica’ do saber ‘prático’ no jornalismo. LUSOCOM 2006. LUSOCOM.

- Hooks, b. (2018). *Não Serei Eu Mulher? As mulheres negras e o feminismo*. Lisboa: Orfeu Negro.
- Jenkins, H. (2017). Negotiating fandom: the politics of racebending. Em H. Jenkins, *The Routledge Companion to Media Fandom* (p. eBook ISBN 9781315637518). New York: Routledge.
- Nölke, A.-I. (2018). Making diversity conform? An intersectional, longitudinal analysis of LGBT-specific mainstream media advertisements. *Journal of homosexuality*, 224-255 DOI: <https://doi.org/10.1080/00918369.2017.1314163>.
- Park, R. E. (1940). News as a Form of Knowledge: A Chapter in the Sociology of Knowledge. *American Journal of Sociology*, 45:5, DOI: <https://doi.org/10.1086/218445>.
- Ribeiro, D. (2020). *Lugar de Fala*. Galiano: Buobooks.
- Sá, S. (2021). Portuguese television news and gender: hobbling white and eradicating black women. *Critical Studies in Television conference*. Edge Hill University.
- Santos, R. (2005). *As Vozes da Rádio*. Lisboa: Editorial Caminho.
- Sartre, J. P. (2021 [1943]). *O Ser e o Nada*. Lisboa: Edições 70.

CARTÃO DE IDENTIDADE

Nome: Academia da Leitura do Mundo em Setúbal

Coordenação: Instituto Politécnico de Setúbal
- Escola Superior de Educação

Logotipo:  **EDUCAÇÃO**
ESCOLA SUPERIOR · POLITÉCNICO SETÚBAL

Público-Alvo: Jovens estudantes da Escola Secundária
Sebastião da Gama

Número total de participantes: 79 estudantes

Implementadores: Professores da Licenciatura em
Comunicação Social da Escola Superior de Educação
do Instituto Politécnico de Setúbal

Nº de sessões: 4-5 sessões por ano

Duração: 90 minutos cada sessão

Entidades parceiras: Escola Secundária Sebastião da
Gama

ACADEMIA DA LEITURA DO MUNDO EM SETÚBAL: REFLEXÕES SOBRE A RELAÇÃO ENTRE OS JOVENS E O JORNALISMO

Lídia Marôpo, Instituto Politécnico de Setúbal,
Escola Superior de Educação e CICS.NOVA
João Torres, Instituto Politécnico de Setúbal,
Escola Superior de Educação

A Academia da Leitura do Mundo – a comunicação, o jornalismo e eu em Setúbal, implementada pela Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Setúbal, procurou melhor compreender a relação entre os jovens participantes no projeto e as notícias. Nesta perspetiva, apresentamos os resultados do inquérito inicial aplicado aos jovens participantes sobre a sua relação com o jornalismo.

Os jovens e as notícias: dados de Setúbal

Os dados que agora vamos analisar dizem respeito aos inquéritos iniciais respondidos antes da intervenção pelos jovens que participaram nos três anos letivos (2019-2020, 2020-2021 e 2021-2022) em que o projeto foi desenvolvido. Ao todo, 71 estudantes do 10º ano na área de Artes Visuais (2019-2020) e Línguas e Humanidades (2020-2021 e 2021-2022) responderam ao inquérito inicial. Destes, 47 identificaram-se como género feminino, 21 como género masculino e três não identificaram género. Do total, apenas 11 (15%) afirmam usufruir de apoio social e a maioria (69%) identificou a escolaridade da mãe como ensino superior (39%) ou secundário (30%).

Os dados do inquérito aplicado antes da intervenção reafirmam o que diz a literatura sobre a relação entre os jovens e as notícias: há uma grande influência familiar na criação do hábito de consumir informação noticiosa (Brites, 2015). Os participantes do projeto dizem informar-se sobre a atualidade fundamentalmente em casa (94,4%), em companhia da família (64,8%), sendo os pais (62%) ou outros familiares (12,7%) identificados como as principais influências na promoção do interesse pelo jornalismo, à frente de amigos e colegas (11,3%). Por outro lado, os jovens parecem não reconhecer um papel central da escola como promotora do interesse pelo jornalismo, dado que apenas 2,8% indicaram que os professores foram os principais estimuladores do interesse por notícias.

Tabela 1 – Normalmente qual o local mais habitual onde consulta notícias

Tabela 1: Normalmente qual o local mais habitual onde consulta notícias?

			Em casa	A caminho ou de volta da escola	Total
Ano	2019-20	Contagem	24	2	26
		%	92,3%	7,7%	100,0%
	2020-21	Contagem	24	1	75
		%	96,0%	4,0%	100,0%
	2021-22	Contagem	19	1	20
		%	95,0%	5,0%	100,0%
Total		Contagem	67	4	71
		%	94,4%	5,6%	100,0%

Tabela 2 – Em que circunstâncias normalmente consulta notícias?

Tabela 2: Em que circunstâncias normalmente consulta notícias?

			Sozinho	Com a minha família	Total
Ano	2019-20	Contagem	10	17	27
		%	37,0%	63,0%	100,0%
	2020-21	Contagem	10	14	24
		%	41,7%	58,3%	100,0%
	2021-22	Contagem	5	15	20
		%	25,0%	75,0%	100,0%
Total		Contagem	25	46	71
		%	35,2%	64,8%	100,0%

Tabela 3 – Quem considera que mais influenciou o seu interesse por notícias?

Tabela 3: Quem considera que mais influenciou o seu interesse por notícias?

			Os meus Pais	Outros Familiares	Os Professores	Os meus amigos ou colegas
Ano	2019-20	Contagem	18	3	2	2
		%	69,2%	11,5%	7,7%	7,7%
	2020-21	Contagem	15	4	0	1
		%	60,0%	16,0%	0,0%	4,0%
	2021-22	Contagem	11	2	0	5
		%	55,0%	10,0%	0,0%	25,0%
Total		Contagem	44	9	2	8
		%	62,0%	12,7%	2,8%	11,3%

Um dado positivo, que parece contrariar estudos que afirmam que as notícias não seriam atrativas aos jovens (Buckingham, 2000; Brites, 2015), é o interesse significativo declarado pelos alunos sobre a informação noticiosa. A maioria disse estar ‘interessada’ (61,1%), somam-se a esta os 11,1% que afirmaram estar ‘muito interessados’ (11,1%). Somente 4,2% declarou estar ‘nada interessado’ (4,2%), enquanto uma percentagem mais significativa identificou-se como ‘pouco interessado’ (23,6%).

Tabela 4 – Como se considera relativamente ao interesse por notícias

Tabela 4: Como se considerar relativamente ao interesse por notícias?

			Nada Interessado	Pouco Interessado	Interessado	Muito Interessado
Ano	2019-20	Contagem	2	9	13	3
		%	7,4%	33,3%	48,1%	11,1%
	2020-21	Contagem	0	6	16	3
		%	0,0%	24,0%	64,0%	12,0%
	2021-22	Contagem	1	2	15	2
		%	5,0%	10,0%	75,0%	10,0%
Total		Contagem	3	17	44	8
		%	4,2%	23,6%	61,1%	11,1%

Apesar deste interesse manifestado poder ser considerado positivo em relação à importância do jornalismo para os mais novos, é fundamental perceber que temáticas e quais fontes de informação são consideradas relevantes pelos estudantes. Quando solicitados para escolherem, entre 14 opções, os três temas que mais lhe interessam nas notícias, percebe-se que há uma considerável dispersão nas respostas, o que revela a multiplicidade dos seus interesses. No entanto, temáticas consideradas geralmente menos relevantes para o papel do jornalismo nas sociedades democráticas figuram entre as três mais escolhidas: desporto, entretenimento e sociedade e celebridades (Figura 1). Resultados de um outro estudo realizado também em Setúbal, em contexto semelhante, revelam que os jovens (5º ao 9º ano) reconhecem a credibilidade do jornalismo (em comparação com as redes sociais) e a sua maior importância para estarem informados (Marôpo et al 2021; Marôpo & Torres, 2022). No entanto, raramente acedem ou partilham conteúdos noticiosos nos *media* sociais, especialmente sobre política e economia, demonstrando mais interesse por notícias sobre celebridades (raparigas) e sobre desporto (rapazes). Marôpo e Torres (2022) concluem que o jornalismo enfrenta uma situação paradoxal: apesar de ser reconhecido como importante e credível, não é consumido de modo frequente, regular e ativo pelo público infantojuvenil.

O inquérito aplicado aos jovens participantes na Academia da Leitura do Mundo em Setúbal também permite melhor perceber os hábitos auto reportados de consumo de notícias. Primeiramente, é possível dizer que os jovens acedem às notícias principalmente através das páginas das redes sociais de meios de comunicação, dos *sites* noticiosos e da televisão e raramente através de jornais e revistas impressos ou da rádio. Quando perguntados sobre os motivos pelos quais habitualmente consultam notícias, as respostas recaíram principalmente em três das nove opções: para estar atualizado, para receber informação específica sobre assuntos de seu interesse e para poder discutir os assuntos com outras pessoas (Figura 2).

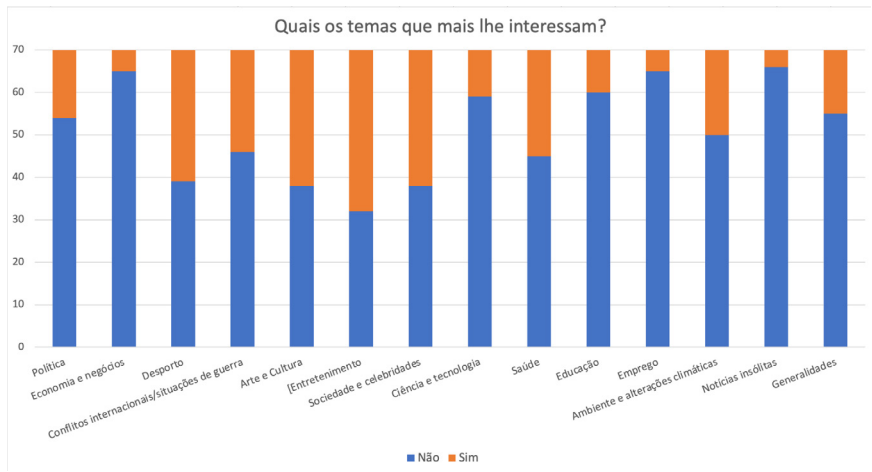


Figura 1 – Quais os temas que mais lhe interessam

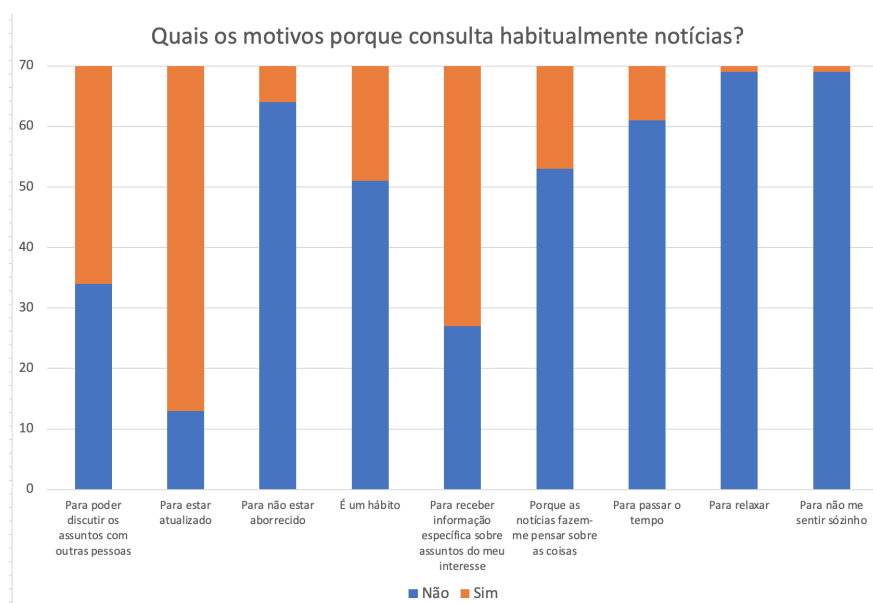


Figura 2 – Quais os motivos porque consulta habitualmente notícias?

Para melhor conhecer que tipo de referências os jovens possuem sobre o jornalismo, o inquérito inclui a solicitação “refira o primeiro nome de que se lembre em cada uma das seguintes situações: canal de televisão de notícias, um jornal impresso, uma revista de notícias impressa, uma estação de rádio, um jornalista”.

Em relação ao canal de televisão noticioso, a maioria das respostas (38 num total de 57) identificava não um canal direcionado ao jornalismo, mas um canal generalista: TVI (14), SIC (19) ou RTP (5). Entre os canais com foco central em notícias, a CMTV foi a mais referida (11 menções), seguida a grande distância pela SIC notícias (4), TVI24 (3) e CNN Portugal (1).

Em relação aos jornais impressos, além de um número expressivo de respostas em branco (28), o Correio da Manhã foi o mais referido (com 13 menções), seguido pelo Expresso (12) e depois pelo desportivo A Bola (4). Diário de Notícias, O Setubalense e Público foram igualmente referidos

três vezes. As demais publicações foram referidas uma única vez: Record, Tribuna do Norte; Folha de S. Paulo e Jornal da Manhã.

Sobre as revistas de notícias impressas, além de um grande número de respostas em branco (44), as referências restringiram-se maioritariamente a publicações como Caras (7), Maria (4) ou TV 7 Dias (1) ou opções inválidas como Correio da Manhã (jornal) (4). Quanto a publicações com conteúdos jornalísticos, identificámos apenas duas referências à revista Visão e outras duas à brasileira Veja, além de três referências (com título incompleto ou equivocado) à revista Notícias Magazine.

Um total de 23 alunos não respondeu à questão sobre a rádio e os demais referiram estações direcionadas para a música pop: RFM (24), Comercial (10), Cidade FM (6), Megahits (2), Capital (1) e M80 (1) (com exceção de uma menção à Renascença e outra à TSF).

As poucas respostas (27) que identificam jornalistas recaem principalmente em *pivots* da televisão que tiveram (ou têm) grande visibilidade: Judite Sousa (12) e José Alberto Carvalho (4), Clara de Sousa (4), Conceição Lino (2), Rodrigo Guedes de Carvalho (1), Ana Leal (1) e a brasileira Jéssica Senra (1).

Se, por um lado, tendo em conta as respostas acima, os estudantes manifestaram um certo desconhecimento sobre os meios de comunicação noticiosos e sobre os profissionais do jornalismo, por outro, demonstraram maior capacidade para responder à questão “na sua opinião, o que caracteriza o “bom Jornalismo”? A maioria (47) respondeu a esta pergunta aberta revelando conhecimento sobre alguns dos valores da profissão de jornalista (estabelecidos, por exemplo, no Código Deontológico dos Jornalistas). Os estudantes referiram a importância da veracidade, exatidão, interesse público, linguagem acessível, investigação, credibilidade das fontes, imparcialidade, distinção entre informação e opinião e respeito pela dignidade das pessoas envolvidas na notícia, como nos exemplos a seguir.

Um bom jornalismo para mim não deve procurar “fofocas”, mas sim notícias que sejam do interesse do mundo.

Notícias de carácter verdadeiro. Clareza e uso correto da linguagem e um bom diálogo de forma a que os espectadores compreendam o assunto.

Um bom jornalismo na minha opinião é caracterizado por ser abordado com uma escrita ou fala clara para que as pessoas com menos estudos ou que não compreendam as abordagens mais complexas do tema possam disfrutar de uma boa leitura sobre o assunto retratado, além de que o texto fica menos cansativo de se ler.

O bom jornalismo é quando há respeito pelas pessoas, etc, envolvidas na notícia, quando não se dão opiniões, apenas são passadas informações específicas e diretas.

Ouvir todos os lados, de todas as fontes de informação existentes, de modo a ter uma notícia mais verdadeira possível, ser imparcial ao tema e ter objetividade.

Conclusões

Os dados recolhidos entre os estudantes em Setúbal revelam um significativo interesse dos jovens pelas notícias e um reconhecimento de princípios centrais do jornalismo como a veracidade, exatidão e o interesse público. No entanto, demonstram também pouca familiaridade dos participantes com os meios de comunicação social, tendo em conta que muitos não identificaram um canal de televisão de notícias, um jornal impresso, uma revista de notícias impressa, uma estação de rádio ou um jornalista nas respostas ao inquérito.

Projetos como a Academia da Leitura do Mundo – a comunicação, o jornalismo e eu têm um papel fundamental para aproximar a escola (e consequentemente os estudantes) do jornalismo, promovendo ao mesmo tempo a cidadania e os valores democráticos. Neste sentido, desenvolveu-se uma agenda de intervenção na Escola Secundária Sebastião da Gama, com o

apoio da professora bibliotecária Helena Ferreira e da professora de filosofia Maria de Jesus Macieira, com o objetivo de promover um maior conhecimento e valorização do papel central do jornalismo para a democracia, além da consciencialização sobre a ‘desordem da informação’ (Ireton & Posetti, 2019), promovendo uma compreensão crítica das imagens e do ecossistema digital no qual os conteúdos noticiosos circulam.

Referências bibliográficas

- Brites, M. J. (2015). *Jovens e culturas cívicas: por entre formas de consumo noticioso e de participação*. Livros LabCom. Disponível em: <https://www.labcom.ubi.pt/livro/128>
- Buckingham, D. (2000). *The making of citizens – young people, news and politics*. Routledge.
- Doretto, J. (2015). *‘Fala connosco!’: o jornalismo infantil e a participação das crianças, em Portugal e no Brasil*. Tese de Doutoramento. Universidade Nova de Lisboa. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10362/17002>
- Hund, E. & McGuigan, L. (2019). A Shoppable Life: Performance, Selfhood, and Influence in the Social Media Storefront. *Communication, Culture and Critique*, 12(1), 18–35. <https://doi.org/10.1093/ccc/tcz004>
- Ireton, C. & Posetti, J. (2019). *Jornalismo, Fake News & Desinformação - Manual para Educação e Treinamento em Jornalismo*. Paris: Unesco.
- Marôpo, L. & Torres, J. (2022). O papel das notícias nas culturas digitais de crianças e jovens: um estudo em contexto português. *Atas do 20º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor 2022)*. Fortaleza, 9 a 11 de novembro de 2022.
- Marôpo, L.; Delgado, C.; Rodrigues, M. R; Torres, J.; Dias, P.; Ferreira, E. & Costa, A. *Relatório do Projeto Competências de Informação para Jovens da Era Digital (CIJED)*, 2021. Disponível em: http://projectos.ese.ips.pt/cctic/wp-content/uploads/2021/07/ESE-IPS-cijed_p10.pdf
- Parisier, E. (2011). *The Filter Bubble: What the Internet is Hiding from You*. Penguin Group.

AGENDA DE INTERVENÇÃO EM SETÚBAL: DO JORNALISMO AO ECOSISTEMA DIGITAL

Lidia Marôpo, João Torres, Orlando César e Ana Maria Pessoa, -
Instituto Politécnico de Setúbal, Escola Superior de Educação

A agenda de intervenção da Academia da Leitura do Mundo em Setúbal pretendeu promover o interesse e valorização do jornalismo, bem como uma visão crítica sobre o atual contexto de produção e circulação da informação. O projeto foi desenvolvido por um grupo de quatro docentes da Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Setúbal, de diferentes áreas: Jornalismo (Orlando César e Lidia Marôpo), História (Ana Maria Pessoa) e Tecnologia da Informação e da Comunicação (João Torres). As sessões foram realizadas na Escola Secundária Sebastião da Gama, com o apoio fundamental da professora bibliotecária Helena Ferreira e da professora de Filosofia Maria de Jesus Macieira. A cada ano, uma turma diferente do 10º ano integrou o projeto, num total de 81 alunos (15 – 17 anos), que frequentaram seis sessões de 90 minutos, cada.

A metodologia privilegiou uma abordagem participativa incluindo, além da exposição inicial da temática, exercícios, questionários e debates. Os temas abordados abrangiam o jornalismo (conhecimento sobre a produção de notícias e sobre o trabalho dos jornalistas, características do género discursivo e função social do jornalismo), o atual contexto da desordem da informação e técnicas para combatê-la, a leitura crítica da imagem e dos estereótipos e o modelo de negócio da Internet e a sua influência sobre o consumo de notícias. A seguir apresentamos de modo mais detalhado cada uma das sessões.

Sessão 1 - 'O que há por trás da notícia', por Lidia Marôpo

A primeira sessão tinha como objetivo promover o conhecimento sobre as rotinas produtivas dos jornalistas, as características do texto noticioso e do jornalismo de qualidade, além da relação entre jornalistas e fontes das notícias. Inicialmente, estimulou-se o debate sobre as particularidades do texto noticioso tendo em conta o seu conteúdo factual sobre acontecimentos de interesse geral que deve ter a menor subjetividade possível.

Para aprofundar a discussão e torná-la mais próxima dos interesses dos estudantes, solicitou-se que lessem a notícia 'Greta é uma criança a ralar com adultos e isso irrita muita gente', de Ana Cristina Pereira, veiculada no Público *online* a 26 de setembro de 2019. A peça foi escolhida especialmente por analisar uma temática próxima dos alunos: discutia a forma como a adolescente Greta Thunberg tem sido tratada no espaço público tendo em conta o seu ativismo por medidas de combate às alterações climáticas. As questões que nortearam o debate foram: esta notícia tem um conteúdo factual? Porquê? Porque o 'acontecimento' relatado na notícia seria de interesse geral? O que seria o interesse geral? Porque a notícia deve ter a menor subjetividade possível? Como podemos avaliar se a notícia tem a menor subjetividade possível? As respostas possibilitaram um debate sobre as características do texto noticioso, incluindo a técnica da pirâmide invertida, ou seja, a organização da informação por ordem decrescente de importância e sobre as seis questões do lead noticioso: O quê? Quem? Onde? Quando? Como? Porquê? (Público, 1998). Os estudantes aprenderam ainda sobre as características da notícia na Internet, que combina texto, som e imagem e inclui hipertextos, ou seja, ligações a outras informações suplementares. Para melhor perceberem esta particularidade do texto noticioso *online*, os participantes foram divididos em seis grupos para apresentar cada uma das seis hiperligações incluídas na referida peça sobre Greta Thunberg e refletir porque estas seriam importantes para complementar a notícia.

No final da sessão debateu-se sobre um aspeto central para melhor compreender o jornalismo: a relação entre jornalistas e fontes de informação.

O que são as fontes de informação? A quem os jornalistas normalmente recorrem como fontes de informação? Os jornalistas podem fazer notícias sem fontes de informação? Estas questões guiaram a reflexão e ajudaram os estudantes a realizar uma atividade prática: identificar em grupo quantas são, quem são e o que dizem as fontes de informação na notícia sobre Greta Thunberg.

Sessão 2 - Os mistérios do digital: fake news, algoritmo e outras cenas e Sessão 3 - Técnicas de verificação digital, por João Torres e Lidia Marôpo

O objetivo das sessões 2 e 3, pensadas de modo interligado, foi debater a problemática da veracidade das notícias a que podemos aceder no mundo digital e dos algoritmos que nos propõem o acesso a uma informação em detrimento de outra. Nesta perspetiva, abordou-se o contexto da ‘desordem da informação’ (Ireton & Posetti, 2019) e ensinaram-se técnicas de verificação digital.

Através de uma apresentação inicial, os alunos foram levados a refletir sobre a quantidade de informação disponível nos meios digitais, nos diferentes formatos em que essa informação pode ser apresentada, bem como nos propósitos da sua produção e divulgação. Foram apontados alguns exemplos de informação científica ou pseudocientífica que demonstraram como se tornava difícil perceber o propósito com que tinham sido produzidas.

Foram dados exemplos de notícias, mais ou menos recentes, que circulavam na Internet, principalmente nas redes sociais, apesar de serem falsas e de muitas vezes se tratar apenas de humor que era apresentado como sendo uma notícia. Foram apontadas algumas sugestões, com base em informação produzida pela *International Federation of Library Associations and Institutions (IFLA)*, para detetar a veracidade da informação que se pode obter em meios digitais.

De seguida, refletimos sobre o modo como a informação nos era apresentada, como eram recolhidas informações a nosso respeito e com que objetivos. Terminamos a sessão com um pequeno questionário em que os alunos,

usando um método de votação *online* julgavam a veracidade de alguns títulos de notícias analisadas pelo *site* de verificação de factos Polígrafo. Na parte final da sessão, em grupos de dois ou três, os alunos escolhiam uma das notícias apresentadas no Polígrafo, partilhando-a depois com o grande grupo, indicando porque ficaram surpreendidos com a veracidade/falsidade dos factos apresentados.

Em continuidade, a sessão 3 contou com uma breve apresentação do conceito de ‘desordem da informação’, que inclui informação incorreta (informação falsa que a pessoa que está divulgando acredita ser verdadeira), desinformação (informação falsa que a pessoa que a divulga sabe que é falsa, mas age de forma intencional e deliberada) e má-informação (informação que é baseada na realidade, mas usada para causar danos a uma pessoa, organização ou país) (Ireton & Posetti, 2019). Logo a seguir, foram desenvolvidas atividades práticas de verificação digital. Com base nas estratégias do News Literacy Project, os jovens realizaram exercícios práticos utilizando quatro técnicas para verificar a veracidade de conteúdos digitais: 1. observação crítica (o que observar nas imagens para não se deixar enganar: cenário completo, arquitetura e paisagem, vestuário e clima, textos - nomes de empresas, publicidade, nomes de rua -, elementos clonados e colados, sombras e reflexos) 2. Pesquisa inversa de imagens (como procurar no google a origem de imagens tendo em conta fontes confiáveis); 3. Leitura lateral (pesquisa em diversas fontes sobre o *site*/informação que está a pesquisar) e 4. Amplificadores (uso de lentes amplificadoras para verificar detalhes reveladores nas imagens).

Sessão 4 - A informação jornalística como fio condutor, por Orlando César

A questão de partida pressupôs determinar um caminho que suscitasse a atenção e motivasse a interação com os estudantes selecionados da Escola Sebastião da Gama. O contacto, em casos como este, sempre breve, e sem conhecer o perfil da audiência, pressupunha a intenção primordial de estabelecer diálogo, muito ou pouco, que favorecesse a exposição de conhecimentos sobre o fenómeno jornalístico (Park, 2002; White, 1999, 2ª ed.).

Num tempo em que a informação jornalística, o seu discurso e os métodos utilizados apresentam indícios de viciação, importava contextualizar o ecossistema, distinguir a natureza da forma de expressão e a função que desempenha em democracia (Schudson, 2003).

As três sessões previstas para a vigência do projeto deveriam dispor de uma lógica intrínseca que refletisse sobre a atividade, sobre os seus profissionais e sobre o género discursivo. A informação jornalística e a sua função social constituíram o fio condutor de um diálogo apoiado em casos e ilustrado por imagens de produtos jornalísticos.

A primeira etapa do percurso conduziu à sessão intitulada “As notícias como mapa do mundo”, realizada em 17 de Fevereiro de 2020. A segunda lançou uma pergunta: “Os jornalistas podem mentir?” Decorreu em 30 de Abril de 2021 e intentou enfatizar o capital de confiança como valor informativo. Por último, a sessão efetivada em 7 de Março de 2022 abordou “O género nas notícias e as notícias do género”.

O jornalismo deve assegurar aos leitores, ouvintes e espectadores uma representação do mundo e da sua realidade (Aguinaga, 2001). Proporcionar-lhes uma mundividência sobre acontecimentos que estão além da sua experiência imediata. O papel jornalístico deve produzir uma cartografia da realidade na diversidade que os factos evidenciem, clarificar os fenómenos complexos e interpretar com precisão tudo o que de relevante ocorre (Lippmann, 2003).

Seguir essa orientação exige profissionais imbuídos de um carácter íntegro e honestidade de propósitos. Requer que os jornalistas tenham uma conduta pautada por valores éticos e princípios deontológicos (Fidalgo, 2007).

Na sua atividade, buscam a informação no terreno ou recebem-na através de fontes que presenciaram o acontecimento. Mas essas fontes, que também se movem por interesses, requerem do jornalista a verificação cuidada da informação. Ultimada a pesquisa, recolhidos os dados, os jornalistas usam palavras para transmitir uma mensagem. É o uso que fazem das palavras

que lhes dá sentido. E é a forma como reportam que define o tipo e o género textual da unidade de comunicação que chega ao público (Ricardo, 2003).

A receção pelos alunos foi boa e o diálogo aconteceu, mas podia ser mais participado.

Sessão 5 - As estórias das notícias: leitura de imagens nos média e imagens das mulheres nos média, por Ana Maria Pessoa

As sessões com jovens da Escola Sebastião da Gama decorreram, ao longo dos 3 anos do projeto, nas aulas de Filosofia, com a professora Maria de Jesus Macieira que, desde o início, o considerou como estratégia para fomentar o desenvolvimento de competências de leitura de discursos diversos, em particular promovendo aquilo que determina o Programa da disciplina quando identifica, como competências a desenvolver, a “leitura crítica da linguagem icónica (BD, pintura, fotografia) e audiovisual (cinema, televisão), tendo por base instrumentos de descodificação e análise” (Almeida, 2001, p. 10).

Em consonância com o projeto global em Setúbal, as finalidades destas sessões foram dar a conhecer e refletir sobre o poder das imagens, identificar casos de construção e manutenção de estereótipos sobre grupos específicos através das imagens e compreender como os média influenciam a nossa compreensão e constroem a realidade.

Como objetivos pretendeu-se dar a conhecer conceitos de literacia mediática (Unesco, 2013; MILObs, 2018) e literacia e alfabetização visual (Oliveira & Caetano, 2017) e ajudar os jovens a ter consciência dos poderes denotativo e conotativo das imagens, assim como identificar mecanismos de leitura, análise e interpretação das mesmas.

Se as finalidades e os objetivos foram idênticos no período durante o qual decorreu o projeto, já os recursos utilizados foram atualizados, de ano para ano, uma vez que algumas imagens mais exemplificativas de leituras do quotidiano perdem acuidade porque o contexto em que foram produzidas e vistas enviesa possíveis leituras. Em cada sessão a estratégia usada foi

sempre a do diálogo com o grupo, quer para motivação inicial, quer para sistematização de dados. Cada uma começou com o visionamento de imagens sem que os/as jovens tivessem sido informados/as das finalidades e objetivos dessa tarefa. Foram deixados/as à vontade e estimuladas/os a ver, ler, compreender e interpretar, sem peias algumas, o que viram em diferentes áreas temáticas do quotidiano (imagens com erros ortográficos, mapas de Portugal com erros de construção e escala, ...), da arte (imagens de D Sebastião – quadro de Cristóvão de Moraes (séc. XVI) e escultura de João Cutileiro (1973) e a peça A Noiva (2001-2005) de Joana Vasconcelos) e também da política (cartaz do 25 abril, com representação de criança – Diogo Bandeira Freire - que coloca cravo no cano da arma). A visualização de imagens relativas à representação das mulheres nos média e construção de estereótipos de género foi a mais longa incluindo a visualização de cartazes com mulheres (em poses sensuais, em anúncios a cervejas como Laurentina e Devassa, imagem de mulheres seminuas em toalhas de praia, nas mensagens de redes como WhatsApp...) até análise das questões de sexismo a partir da Campanha Mobiliza-te contra o Sexismo (2019) lançada pelo Conselho da Europa e apoiada pelo IPS de Setúbal.

À medida que estas imagens foram sendo vistas, procedeu-se a uma primeira leitura linear e foram-se fornecendo aos/as jovens outros instrumentos críticos de leitura das mesmas no sentido de sublinhar a importância de competências que, dentro ou fora da escola, cada cidadã(o) tem de desenvolver quando acede, quando vê, quando lê, quando usa imagens e quando, em vez de mero utilizador de conteúdos e imagens criadas por uma minoria, se lança na reprodução e partilha de imagens de forma crítica e eticamente responsável numa sociedade democrática.

A curta duração de cada sessão - 90 minutos – é um tempo escasso para, numa abordagem metodológica e pedagogicamente mais estimulante, se abrangerem temas – a leitura, interpretação e manipulação de imagens – que, muito frequentemente, ainda não estão reconhecidos como parte de um currículo que, desde o séc. XIX chamou a si a alfabetização e o desenvolvimento de literacias de leitura e cálculo mas que, desde meados dos

anos 60 do século passado continua a preocupar-se apenas com a erradicação do analfabetismo, considerado como problema apenas de sociedades subdesenvolvidas e sem hipótese de, uma vez eliminado, não mais poder regressar (Benavente, 1996, coord, p.3). Porém, essa certeza cada vez mais tem sido posta em causa e, numa escola quase universal e massificada, a tarefa de assumir outras áreas de alfabetização como a visual, científica, mediática, digital...depara-se hoje com um dilema: a quem compete assumir o desenvolvimento da literacia mediática – à sociedade, à escola – ou ela é desnecessária uma vez que, numa sociedade pejada de imagens, a leitura e interpretação das mesmas é mais intuitiva do que a leitura e decifração de texto escrito?

Ainda que necessitando de muito mais estudo e investigação, partindo de uma reflexão sumária sobre o que significaram estas sessões para as/os jovens nelas envolvidos/as, pode intuir-se que o uso acrítico de imagens, numa perspetiva de consumidores mais do que de criadores, é a realidade que projetos como este podem contribuir para modificar.

Sessão 6 - O negócio da Internet, por Lidia Marôpo

O objetivo da sessão 6 era promover uma visão crítica sobre o modelo de negócio da internet e refletir sobre a sua relação com o jornalismo. Inicialmente, chamamos atenção para o fenómeno da plataformação, ou seja, a penetração das plataformas digitais em diferentes setores económicos e esferas da vida, bem como a reorganização de práticas culturais e imaginações em torno dessas plataformas (Poell, Nieborg & van Dijck, 2019). Os estudantes mostraram-se interessados e participativos em discutir o poder e as transformações sociais promovidas por empresas como Uber e Airbnb, além das chamadas *Big Five*, os gigantes tecnológicos Google (Alphabet), Facebook (Metaverse), Apple, Amazon e Microsoft.

O debate foi guiado por uma série de questões colocadas aos estudantes: O que é a economia da atenção? Como podemos definir a dataficação? Se as redes sociais são um negócio, o que vendem exatamente? O que são os

algoritmos? Com base nestas questões, as redes sociais foram introduzidas na discussão enquanto plataformas que não produzem ou possuem a maior parte do conteúdo que fazem circular, mas cooptam utilizadores para se tornarem produtores (*producers*) com seus conteúdos e dados (Stehling et al, 2018). Em continuidade, debateu-se a emergência deste modelo de influência digital nas plataformas de redes sociais, tendo como exemplo a trajetória do YouTube. Em concreto, abordou-se o seu investimento para transformar utilizadores comuns em produtores de conteúdo credíveis, os chamados influenciadores digitais, que acumulam um número relativamente grande de seguidores e monetizam os seus conteúdos integrando publicidade nas suas postagens (Abidin, 2015). A linguagem, a estratégia e a relação dos influenciadores com os seus seguidores foram discutidas a partir da análise de *influencers* conhecidos dos estudantes, o que estimulou o seu maior interesse.

E o que tudo isso tem a ver com o jornalismo? Esta foi a questão final colocada aos participantes na sessão. Primeiramente, discutiu-se que todo esse ecossistema digital promove um maior distanciamento entre os mais jovens e as notícias: a chamada Geração Z (nascidos por volta dos anos 2000) forma a sua opinião principalmente em plataformas como o YouTube e o Instagram (Eurointelligence, 2019), com grande influência dos influenciadores digitais. O debate, então, girou em torno das consequências desta era digital para as organizações jornalísticas que estão cada vez mais dependentes da distribuição *online* do Facebook e Google. Estas gigantes tecnológicos controlam o mercado de publicidade e apropriaram-se da distribuição de notícias sem assumir as responsabilidades das organizações jornalísticas: independência, precisão, veracidade. Ou seja, como não são considerados empresas de *media*, não têm sido suficientemente responsabilizados pela distribuição de discursos de ódio, desinformação e outros tipos de conteúdos prejudiciais. Consequentemente, não têm combatido estes problemas de forma eficaz por iniciativa própria. A reflexão gerada em torno destas questões promoveu uma significativa participação dos estudantes que falaram principalmente sobre a sua experiência de consumo de informação através dos *media* sociais.

Referências bibliográficas

- Abidin, C. (2015). Communicative <3 intimacies: Influencers and perceived interconnectedness. *Ada: A Journal of Gender, New Media, and Technology*, 8. Disponível em: <https://adanewmedia.org/2015/11/issue8-abidin/>
- Aguinaga, E. (2001). Hacia una teoría del periodismo. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 7, pp. 241-255.
- Almeida, M. M. B. (coord.) (2001). *Programa de Filosofia: 10º e 11º anos: Formação Geral. Cursos Científico-Humanísticos*. Ministério da Educação. Disponível em: https://www.dge.mec.pt/sites/default/files/Secundario/Documentos/Documentos_Disciplinas_novo/filosofia_10_11.pdf
- Benavente, A. (coord.) (1996). *A Literacia em Portugal: Resultados de uma pesquisa extensiva e monográfica*. Fundação Calouste Gulbenkian, Conselho Nacional de Educação.
- Eurointelligence (2019). *Generation Z, youtube and political accountability*, 25 de setembro de 2019. Disponível em: <https://www.eurointelligence.com/public/briefings/2019-09-25.html?cHash=7a2800f012f3ef41a19e1c0934d1c4fc>
- Fidalgo, J. (2007). Notas sobre ‘O lugar da ética e da auto-regulação na identidade profissional dos jornalistas’, *Comunicação e Sociedade*, 11, 37-56.
- Ireton, C. & Posetti, J. (2019). *Jornalismo, Fake News & Desinformação - Manual para Educação e Treinamento em Jornalismo*. Paris: Unesco.
- Lippmann, W. (2003). *La opinion pública*. Editorial C. de Langre.
- Messaris, P. (1996). *Visual Literacy: image mind and reality*. Westview Press.
- MILObs - Observatório sobre Média, Informação e Literacia (2018). *Literacia mediática: conceitos e metodologias*. Disponível em: <https://milobs.pt/literacia-mediatica/conceitos-e-metodologias/>
- Oliveira, S. & Caetano, R. (2017) – *Literacia para os Média e cidadania global: caixa de ferramentas*.

- Park, R. E. (2002). As notícias como uma forma de conhecimento: Um capítulo na sociologia do conhecimento. In J. P. Esteves, *Comunicação e Sociedade*, Livros Horizonte, pp35-48.
- Plataforma portuguesa para os Direitos das Mulheres (2019). Mobiliza-te contra o sexismo. Disponível em: <https://plataformamulheres.org.pt/artigos/projetos/mobiliza-te-contr-o-sexismo/>
- Poell, T. & Nieborg, D. & van Dijck, J. (2019). Platformisation. *Internet Policy Review*, 8(4). <https://doi.org/10.14763/2019.4.1425>.
- Público (1998). *Livro de Estilo - Público*. Público.
- Ricardo, D. (2003). *Ainda Bem que me Pergunta - Manual de Escrita Jornalística*. Editorial Notícias.
- Schudson, M. (2003). *The Sociology of News*. W. W Norton & Company.
- Stehling, M., Vesnic-Alujevic, L., Jorge, A., & Marôpo, L. (2018). The co-option of audience data and user-generated content: The empowerment and exploitation of audiences through algorithms, produsage and crowdsourcing. In R. Das & B. Ytre-Arne, B. (Orgs.), *The Future of Audiences: a foresight analysis of interfaces and engagement*. Palgrave Macmillan. pp.79-99
- Unesco (2013). *Global media and information literacy (MIL): assessment framework: country readiness and competencies*. Disponível em: <http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/global-media-and-information-literacy-assessment-framework-country-readiness-and-competencies-2013-en.pdf>
- White, D. M. (1999, 2ª ed.). O Gatekeeper: Uma Análise de Caso na Selecção de Notícias. In N. Traquina (org.), *Jornalismo: Questões, Teorias e “Estórias”*, Lisboa: Vega Editora ,p. 142-151.

CARTÃO DE IDENTIDADE

Nome: Academia da Leitura do Mundo em Lisboa:
Ler o mundo a ouvir, dizer e experimentar

Coordenação: Instituto Politécnico de Lisboa -
Escola Superior de Comunicação Social

Logotipo:



Público-Alvo: Jovens estudantes Escola Secundária
José Gomes Ferreira - Agrupamento de Escolas de
Benfica e da Escola Superior de Comunicação Social

Número total de participantes: 292 estudantes

Implementadores: Professores, investigadores,
especialistas e jornalistas da Escola Superior de
Comunicação Social e entidades parceiras

Nº de sessões: 8-10 sessões por ano

Duração: 60-90 minutos cada sessão

Entidades parceiras: Escola Secundária José Gomes
Ferreira - Agrupamento de Escolas de Benfica (Lisboa),
News Museum, LUSA, RTP, GILM (Grupo Informal sobre
Literacia Mediática)

A ACADEMIA EM LISBOA: LER O MUNDO A OUVIR, DIZER E EXPERIMENTAR

Fernanda Bonacho, Instituto Politécnico de Lisboa / Escola Superior
de Comunicação Social / Instituto de Comunicação da Nova

Anabela de Sousa Lopes, Instituto Politécnico de Lisboa
/ Escola Superior de Comunicação Social / Instituto de
Comunicação da Nova

Francisco Sena Santos, Instituto Politécnico de Lisboa
/ Escola Superior de Comunicação Social

Joana Pontes, Instituto Politécnico de Lisboa
/ Escola Superior de Comunicação Social

Jorge Trindade, Instituto Politécnico de Lisboa
/ Escola Superior de Comunicação Social

Maria Inácia Rezola, Instituto Politécnico de Lisboa
/ Escola Superior de Comunicação Social

Maria José Mata, Instituto Politécnico de Lisboa/ Escola Superior
de Comunicação Social / Instituto de Comunicação da Nova

Vera Moutinho, Instituto Politécnico de Lisboa
/ Escola Superior de Comunicação Social

Zélia Raposo Santos, Instituto Politécnico de Lisboa
/ Escola Superior de Comunicação Social

Introdução

Apoiado pela rede de Academias Gulbenkian do Conhecimento 2019, o projeto Academia da Leitura do Mundo foi acolhido, em Lisboa, por uma vasta equipa de docentes dos cursos de licenciatura e mestrado em Jornalismo da Escola Superior de Comunicação (ESCS), do Instituto Politécnico de Lisboa (IPL), em colaboração com a Escola Secundária José Gomes Ferreira (ESJGF), do Agrupamento de Escolas de Benfica. Entre setembro

de 2019 e julho de 2022, a ESCS/IPL contou com a ESCJGF como parceira da agenda de atividades da Academia da Leitura de Lisboa. Estando ambas as instituições localizadas no campus de Benfica, o planeamento e organização das sessões dos Grupos de Comparação e Intervenção ficou facilitado, apesar dos obstáculos colocados pelos constrangimentos da época pandémica da Covid 19. Desde o início do projeto, a direção da ESJGF facilitou a articulação com a equipa docente que, de forma voluntária e empenhada, selecionou as duas turmas e identificou os respetivos diretores de turma (DT) para corresponder às solicitações da agenda de trabalhos com os Grupos de Intervenção (GI) e Comparação (GC).

Caracterização Sociodemográfica dos Grupos de Participantes

Com um total de 292 participantes (181 do Grupo de Intervenção e 111 do Grupo de Comparação) nos três anos letivos, a Academia de Lisboa interveio junto dos alunos de três turmas do ensino secundário do Curso Científico-Humanístico, nomeadamente, uma turma de 11.º ano de Ciências Socioeconómicas (2019/2020), uma turma de 11.º ano de Línguas e Humanidades (2020/2021), e uma turma de 12.º ano de Ciências Socioeconómicas (2021/2022). Contou, simultaneamente, com a colaboração de mais três turmas do ensino secundário do Curso Científico-Humanístico, com o perfil semelhante ao dos Grupos de Intervenção, para formar os Grupos de Comparação: uma turma 11.º ano de Ciências Socioeconómicas (2019/2020), uma turma de 10.º ano de Línguas e Humanidades (2020/2021), e uma turma de 12.º ano de Ciências Socioeconómicas (2021/2022). Todos os estudantes participaram de forma voluntária, com os respetivos consentimentos informados assinados, no início de cada ano letivo, por cada participante e pelos seus encarregados de educação (a maioria dos participantes tinha idade inferior a 18 anos).

Com base nos inquéritos iniciais respondidos pelos estudantes, e de acordo com a caracterização sociodemográfica, identificaram-se 66 raparigas e 59 rapazes nos dois Grupos respondentes, sendo que, do total de 292

estudantes, só 125 responderam a esta questão, ou seja, a maioria dos jovens (167) deixou esta questão em branco. No Grupo de Intervenção identificam-se 39 rapazes e 38 raparigas, sendo que a maior parte dos estudantes é de nacionalidade portuguesa, sem necessidades educativas especiais ou reprovações no percurso escolar, e só 5,6% das famílias beneficiam de apoio social. A cidade é o local onde 98,7% dos estudantes vivem, a maioria (55,7%) partilha a casa com os pais e irmãos, 21,5% vivem apenas com um dos pais, e a maioria (53,7%) tem apenas um irmão.

Quanto à caracterização dos pais, a esmagadora maioria tem nacionalidade portuguesa, porém identificam-se outras nacionalidades, como a francesa, moçambicana, ucraniana, russa, moldava, brasileira, angolana ou chinesa. A maioria dos pais destes estudantes tem entre os 46 e os 52 anos de idade e concluiu o ensino superior, verificando-se uma maior prevalência no caso da Mãe (46). Em relação ao Pai, embora predomine o ensino superior (38), o valor é próximo do daqueles que possuem apenas o ensino secundário (25). De acordo com as respostas deste grupo de jovens, apenas uma Mãe e um Pai estavam desempregados à data do projeto, registando-se dois Pais já reformados. Em 17 casos, verificámos a existência de divórcios, mas a maioria dos pais é casada ou vive em união de facto. Identificam-se quatro famílias a receber apoio social à data do projeto e a maioria dos encarregados de educação (75%) é constituída por Mães

Motivações e Disponibilidades

A ESCS, entidade promotora da Academia da Leitura em Lisboa, prossegue a sua missão enquanto instituição do ensino superior na área das ciências da comunicação. Tendo em conta que os objetivos da *Academia da Leitura do Mundo: o Jornalismo, a Comunicação e Eu* se inserem na formação comunicacional e informacional dos jovens enquanto cidadãos conscientes e responsáveis, existiam interesses partilhados com a ESCS relativamente ao investimento na educação para os *media*, particularmente no estímulo para um pensamento crítico, desenvolvimento de competências de

autorregulação e aposta numa proficiência comunicacional. Não foi difícil contar com a disponibilidade, empenho e colaboração de vários docentes da ESCS nas atividades da agenda de trabalhos da Academia, pois todos os conteúdos se concentravam nos domínios específicos de intervenção da ESCS.

De igual modo, o interesse demonstrado pela direção da ESJGF e pela sua equipa docente foi inegável desde o início. A atenção dirigida aos desafios comunicacionais e informacionais que hoje são colocados a todos, e particularmente à educação, e a disponibilidade demonstrada para o acompanhamento dos estudantes para uma formação mediática e jornalística necessária, facilitaram a organização de uma agenda, que foi difícil de conciliar com a atividade letiva e compromissos de avaliação do ensino secundário e de organização institucional da própria escola.

Porém, é importante ainda sublinhar que, no contexto de intervenção da Academia da Leitura, e apesar de todas as disponibilidades institucionais, da existência de meios de divulgação de notícias na escola secundária, de 45,7% dos estudantes do Grupo de Intervenção da ESJGF apontarem motivação para participar na agenda de atividades da Academia da Leitura, de 69,2% dos alunos ter conhecimento da existência de meios de divulgação de notícias na sua escola, e 23,5% demonstrarem interesse e disponibilidade para as práticas do jornalismo, a esmagadora maioria dos participantes (96,7%) reconheceu não participar em nenhum dos projetos de divulgação de informação na sua escola (Figura 1.1).

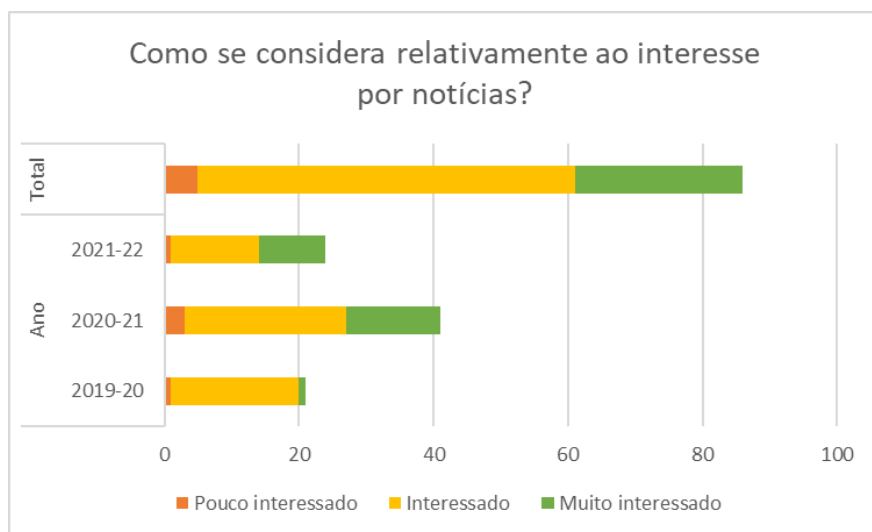


Figura 1.1 – Interesse por notícias

Assim, os resultados obtidos com esta intervenção parecem algo contraditório. Se, por um lado, os jovens mostram pouca disponibilidade para a participação em projetos jornalísticos escolares, por outro declaram interesse por notícias e dão uma grande importância a um jornalismo de qualidade, e reconhecem a importância da sua participação e envolvimento em projetos como a Academia da leitura, que promovem a literacia informacional e mediática (Figura 1.2).

Usando a escala de 1 (insuficiente) a 5 (excelente), diga qual foi o seu grau de envolvimento/participação no projeto.

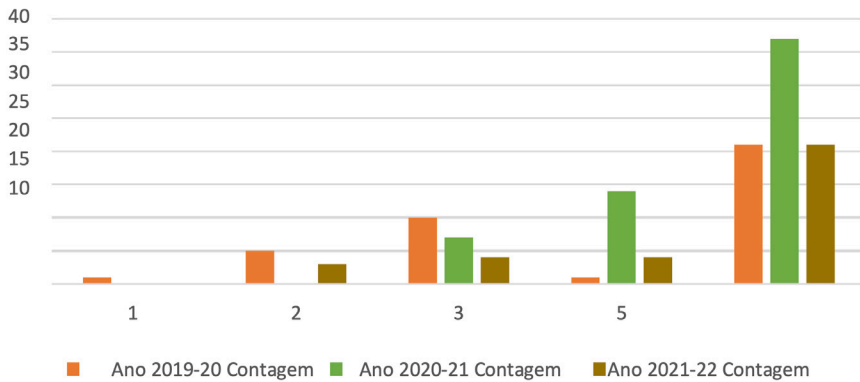


Figura 1.2 – Envolvimento no projeto

Agenda de Trabalhos

Respondendo aos vários reptos institucionais, que se iniciaram em 1982 com a *Declaração de Grünwald sobre educação para os media*, as sessões foram pensadas e preparadas com o objetivo de “desenvolver os conhecimentos, aptidões e atitudes que favoreçam o crescimento de uma consciência crítica” entre os jovens estudantes no sentido do desenvolvimento das competências da comunicação, autorregulação e espírito crítico, consideradas no programa geral das Academias Gulbenkian do Conhecimento. O objetivo principal das sessões da *Academia da Leitura: a Comunicação, o Jornalismo e Eu* era promover uma educação para os *media* centrada nos jovens, no sentido de desenvolver um olhar crítico perante as mensagens mediáticas e a informação e apoiar, de forma competente, crítica, responsável, criativa e ética, o uso da informação noticiosa e da comunicação pública.

Os temas selecionados para as sessões foram diversos, mas o ponto de partida foi sempre desafiar os jovens participantes, e os seus professores¹, a discutir a importância da informação disponibilizada pelos meios de comunicação (jornais, televisão, revistas, rádio, redes sociais), num convite à reflexão e compreensão das técnicas utilizadas nas narrativas comunicacionais impressas e multimédia, e deixando um repto para a utilização crítica, responsável, criativa e ética da informação, acautelando a credibilidade das fontes e o respeito pelos direitos de autor, ou a proposta indispensável de uma comunicação correta e eficaz, respeitando as regras de convivência inerentes a diversos contextos comunicacionais. O planeamento das sessões foi feito de acordo com a disponibilidade do horário letivo das três turmas do secundário, em articulação com o horário mais conveniente para os docentes. A experiência foi construída através de *workshops* de revistas de imprensa, experiências em estúdio de rádio, exploração de plataformas multimédia, visitas à Lusa e ao *News Museum*, mas também através de trabalho mais orientado para a análise da linguagem jornalística, para a discussão de questões éticas e deontológicas do jornalismo, ou para a desconstrução da temática da desinformação, com jogos interativos aplicados em sala de aula.

Nas três sessões de apresentação junto do Grupo de Intervenção, no início de cada ano letivo (novembro de 2019, 2020 e 2021), foram partilhados os objetivos do projeto e auscultados os estudantes relativamente às suas expectativas de participação, aos seus interesses sobre a agenda mediática (imagem 1) e à sua relação com a informação jornalística. Donde, as temáticas, os conteúdos e os formatos das sessões da agenda foram, após este momento, adaptados e planeados em colaboração com os restantes investigadores, tendo em conta a desafiante informação recolhida nessas sessões.

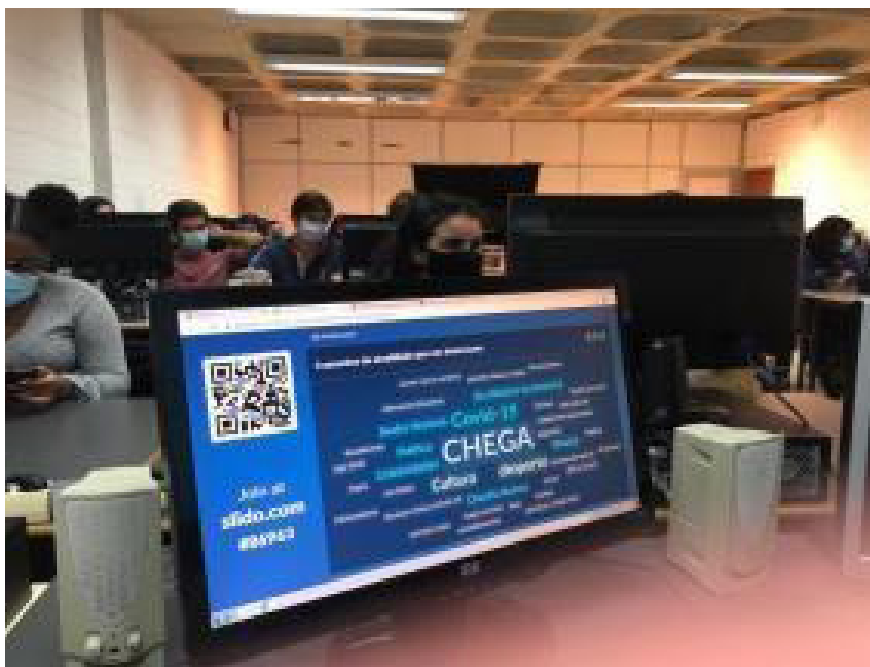


Imagem 1 - Sessão de apresentação: sala de aula ESJGF, novembro 2020.

A Revista de Imprensa e o Acesso à Informação

A primeira parte das sessões de revista de imprensa foi sempre dedicada a uma apresentação de carácter genérico sobre o universo mediático nacional e internacional, com particular ênfase na imprensa. Além de dar a conhecer recursos e plataformas digitais de acesso à informação, a exposição partilhada pela professora Maria Inácia Rezola e pelo jornalista e professor Francisco Sena Santos incidiu sobre questões como as características e linguagens específicas dos diferentes meios de comunicação, a imprensa, a construção das primeiras páginas e manchetes, as secções que estruturam a informação disponibilizada pelos diferentes média, os géneros jornalísticos, as diferenças entre os jornais de qualidade/*quality papers* e os jornais populares/tabloides.



Imagem 2 - Sessão Revista de Imprensa: redação multimédia ESCS, dezembro 2019

“Aprendi a selecionar notícias destacadas em jornais ou revistas e que nem sempre as notícias mais importantes se encontram na capa do jornal.”

Diário de Bordo, GI, ESJGF, 2020

A segunda parte destas sessões foi dedicada a exercícios práticos de leitura dos jornais do dia e *sites* noticiosos visando estimular o contacto e a análise crítica dos média, mas também a uma pequena experiência de rádio.

Organizados em grupos de três/quatro elementos, os estudantes tiveram a oportunidade de manusear, ler e examinar diferentes jornais e revistas nacionais (Imagem 2). Para muitos tratou-se, surpreendentemente, do primeiro contacto com publicações impressas, sendo patente a sua curiosidade e interesse em analisar as manchetes e as imagens publicadas, o seu significado e impacto. Na sessão de 2020, por exemplo, deu-se particular atenção à cobertura noticiosa sobre a morte de uma jovem cantora (Sara Carreira). O debate do resultado do trabalho desenvolvido pelos grupos proporcionou um diálogo muito interessante sobre as diferenças de tratamento mediático entre os órgãos de imprensa e os géneros jornalísticos. Da mesma forma, os estudantes foram estimulados a avaliar a relevância da informação publicada e o seu impacto no seu quotidiano.



Imagem 3 - Sessão Revista de Imprensa, estúdio de rádio ESCS, dezembro 2019

De acordo com o inquérito aos jovens estudantes, a sessão da rádio foi considerada muito interessante, valorizada pela experiência no estúdio e de produção de uma peça (imagem 3). Os alunos compreenderam as características da linguagem oral e o que distingue a escrita para o ouvido da escrita para ser lida. Foram analisadas algumas técnicas vocais durante estas sessões de estúdio e os estudantes ficaram sensibilizados com o valor comunicacional de *dizerem* um texto (interpretando-o) em vez de se limitarem a lê-lo. Foi apresentada uma opção (*Audacity*) de gravação e edição em áudio, acessível a todos e bastante útil para a parte técnica da produção de *podcasts*. Os alunos mostraram-se entusiasmados com a simplicidade dos meios que permitem criar um podcast.

“A sessão da rádio foi a mais interessante devido à interação com os equipamentos da rádio.” Diário de Bordo, GI, 16 anos, ESJGF, 2020

“A experiência na rádio foi a que mais gostei por causa do dinamismo e a nova perspetiva que me deu sobre o Jornalismo e a forma de verificar as notícias.” Diário de Bordo, GI, 17 anos, ESJGF, 2021

Os Títulos das Notícias não são Banais

As sessões relativas à abordagem de alguns aspetos da escrita jornalística junto dos Grupos de Intervenção realizaram-se sempre de forma muito participada pelos jovens estudantes. A primeira teve lugar em fevereiro de 2020, a segunda ocorreu em janeiro de 2021, e em dezembro do mesmo ano realizou-se a terceira. As sessões foram conduzidas por Anabela de Sousa Lopes e por Jorge Martins Trindade, ambos docentes da ESCS e especialistas em jornalismo e em língua portuguesa, respetivamente. Dada a curta duração prevista para esta atividade, optou-se por concentrar a atenção sobretudo num aspeto específico da redação de uma peça jornalística: o título (imagem 4). Depois de um breve enquadramento expositivo sobre as características do registo jornalístico e as técnicas clássicas de construção de uma notícia, abordou-se com os alunos os principais critérios estilísticos e informativos a que obedece a criação de um título. As turmas foram desafiadas a criar títulos para notícias cujo corpo lhes foi apresentado, sendo as propostas dos alunos posteriormente objeto de discussão crítica.



Imagem 4 - Sessão Escrita Jornalística, sala de aula ESCS, janeiro 2020).

Na segunda parte das sessões foram exibidos exemplos de títulos publicados na imprensa com problemas ao nível da correção linguística e do rigor informativo, e os alunos propuseram reformulações que permitissem corrigir os

problemas apresentados. De um modo geral, as turmas participantes responderam de forma amplamente satisfatória aos desafios que lhes foram propostos. O registo que os alunos deixaram no “Diário de Bordo” do projeto relativamente à utilidade da sessão foi também muito positivo:

“Acho que foi extremamente enriquecedor. Aprendi mais sobre o mundo que nos rodeia, e que compreender o mundo que nos rodeia tem um impacto gigante na vida de todos nós.” Diário de Bordo, GI, 16 anos, ESJGF, 2020

“A sessão que achei mais interessante foi a sessão com o professor de português, acerca dos títulos das notícias e da correção gramatical. Deu-me um sentido crítico que eu antes não possuía, passei a olhar as notícias de maneira diferente, também podem ser incorretas por vezes. Tornou-me mais atento e observador.” Diário de Bordo, GI, 16 anos, ESJGF, 2021

Jornalismo Multimédia e Redes Sociais

Nas sessões dedicadas ao jornalismo multimédia e redes sociais, as jornalistas e docentes Vera Moutinho e Teresa Abecasis encontraram jovens estudantes e professores do Grupo de Intervenção muito mobilizados e interessados em saber mais sobre as notícias construídas para o formato digital e para as redes sociais, nos seus diferentes formatos. Os mais jovens, que navegam maioritariamente pelos formatos digitais, mostraram-se participativos e curiosos. O formato das sessões potenciou sempre o diálogo, a apresentação de exemplos concretos e a troca de experiências (Imagem 5).

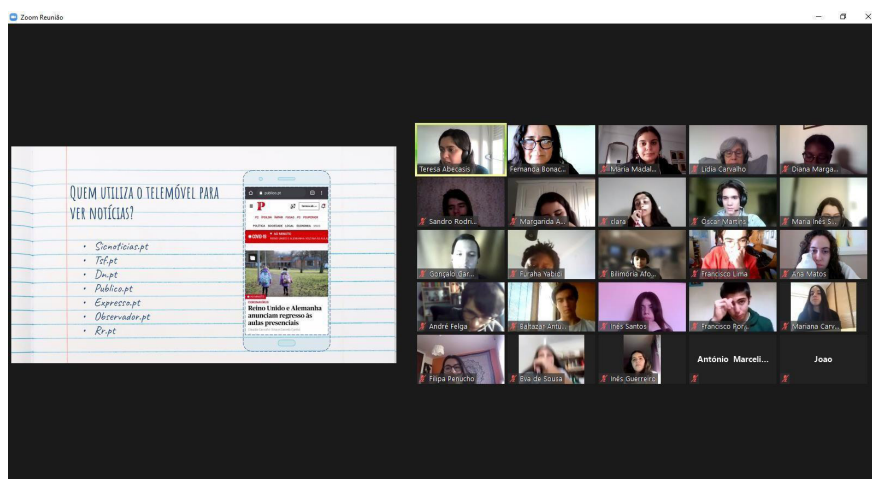


Imagem 5 - Sessão Jornalismo Multimédia, Zoom, abril 2020)

Foi interessante perceber que também os professores do secundário, presentes em todas as sessões, encontraram nestas temáticas uma ponte de diálogo com os alunos. Ficou claro que todos encontraram na informação e na maneira como a consomem algo sobre o qual podiam refletir criticamente em conjunto, dentro e fora da sala de aula, com a possibilidade de convocar temas relevantes e fazendo uso de formatos que são próximos dos alunos, como o vídeo, o áudio, ou o mundo das redes sociais.

“Aprendi sobre a importância e a credibilidade das redes sociais enquanto instrumentos noticiosos no mundo de hoje. Como é que o jornal em papel diverge do digital e das notícias apresentadas através em redes sociais como o Instagram ou o Tiktok.” Diário de Bordo, GI, 17 anos, ESJGF, 2022

A Coragem para Ouvir o Outro (lado da história)

As sessões dedicadas à ética jornalística tiveram, em cada ano letivo, abordagens distintas, mas complementares. A primeira decorreu em junho de 2020 e procurou dar a conhecer aos estudantes o enquadramento ético e legal em que os jornalistas exercem a sua profissão, e discutir o papel do jornalismo na defesa da liberdade de expressão e de imprensa. A segunda,

Nesta sessão, os estudantes foram convidados a participar em atividades que solicitavam, simultaneamente, a sua participação e a sua reflexão, nomeadamente verificando a veracidade ou falsidade de informações publicadas em diferentes meios e equacionando os aspetos a que deveriam estar atentos no consumo de informação. Munido do seu próprio telemóvel, a cada estudante foi solicitado que interviesse em diferentes momentos, ora introduzindo termos numa nuvem de palavras que conduziam a discussão, ora consultando diferentes fontes com vista à deteção de mentiras e distorções em notícias postas a circular. A dificuldade em distinguir a informação que pertence à esfera do jornalismo da informação proveniente de outras origens e a falta de atenção em relação à importância da identificação das fontes foram os aspetos mais notados, tendo os estudantes tomado consciência dessas dificuldades. Esta terceira sessão foi mais participada do que as sessões realizadas nos dois anos anteriores, o que terá a ver com a natureza mais interativa das atividades propostas e a maior proximidade do tema à realidade da população estudantil, tendencialmente consumidora de informação através das redes sociais, palco da exposição às denominadas *fake news*. As atividades desenvolvidas em todas as sessões sobre esta temática, porém, ajudaram os estudantes a situar o jornalismo no campo oposto ao de outras profissões da comunicação – a assessoria, a propaganda, etc. – e ao das notícias falsas e da desinformação.

“[Fizemos] uma atividade digital acerca da desinformação. Aprendi a detetar informações e a ser uma cidadã da Internet atenta.” GI, 16 anos, ESJGF, 2022

“A turma indicou palavras que associava à desinformação e fizemos uma atividade que consistia em verificar se determinadas fotografias eram verdadeiras ou falsas. Ouvimos também [falar] sobre o papel do jornalista no que toca à desinformação. Aprendi a como distinguir informação verdadeira de incorreta. Foram-nos dadas várias ferramentas para o fazer, como o Google Reverse, o que irá permitir que, no futuro, estejamos mais informados.” GI, 17 anos, ESJGF, 2022

E os pais?

Para além das sessões com os estudantes, foi programada, na fase inicial do projeto, uma ação de observação através de um grupo de foco constituído pelos encarregados de educação (EE). Os objetivos desta sessão com os EE seriam aferir a sua literacia noticiosa, perceber que perceção têm da importância das notícias na formação dos educandos e que representações têm do jornalismo e da sua relevância na construção de uma cidadania ativa. Foi criado e distribuído junto dos EE do Grupo de Intervenção do ano 19/20, com a ajuda da DT do 11.º ano do Curso Científico-Humanístico de Ciências Socioeconómicas da Escola Secundária José Gomes Ferreira, um formulário de inscrição para o efeito.



Imagem 7 – Convite aos encarregados de educação dos alunos do grupo de intervenção 2019-2020

Apenas uma encarregada de educação respondeu ao repto, pelo que se optou pela realização de uma entrevista. A encarregada de educação, mãe de uma aluna do respetivo Grupo de Intervenção, foi entrevistada no dia 12 de fevereiro de 2020, no estúdio de rádio 2 da ESCS, por Maria José Mata, Fernanda Bonacho e Joana Pontes (imagem 8).



Imagem 8 - Entrevista com Encarregada de Educação, estúdio de rádio ESCS, fevereiro 2020)

A entrevista, com uma duração aproximada de 90 minutos, teve como base um guião de perguntas semiestruturadas que versaram aspetos como: os hábitos de consumo noticioso, o interesse pessoal nas notícias, o impacto das notícias na educanda e o papel do jornalismo na sociedade.

“Se a família é uma família que tem um historial com hábitos de leitura, é uma família consumidora de produtos culturais.... portanto, obviamente, tudo isso ajuda [a construir] um determinado percurso. Se [esses hábitos culturais] não existem na família, os pais, naturalmente, não vão passar esse gosto e esses hábitos aos filhos e, portanto, o ambiente vai condicionar, obviamente, muito os comportamentos que hoje eu observo.”

As respostas permitiram perceber que se tratava de uma mãe atenta ao mundo, com hábitos regulares de consumo noticioso, cuja filha lhe segue o exemplo e com quem costuma discutir alguns temas da ordem do dia.

“Acho que alguns órgãos de comunicação social, uns mais do que outros, trabalham, do meu ponto de vista, mais seriamente do que outros. Isso nota-se bem. Eu própria tenho cuidado com isso e também, no fundo, digo à minha filha “atenção, presta atenção que isto pode não ser bem assim”. Há, relativamente, pouco tempo, não me lembro bem como que foi, mas disse “essa frase lida assim significa uma coisa, mas, depois, nós vamos ver a notícia e não tem nada a ver...””

A entrevistada deu conta de que a sua educanda é uma jovem cuidadosa, que gere conscientemente as suas redes sociais, contudo não tem o hábito de discutir notícias com os colegas de escola. A encarregada de educação revelou ainda algum sentido crítico relativamente ao jornalismo, apontando a necessidade de um tratamento mais profundo da informação e de uma melhor aproximação aos jovens através dos novos meios.

“É preciso é saber onde tocar para que [os jovens] possam ir mais além. Porque, de facto, o que lhes chega é muito superficial e é preciso, do meu ponto de vista, aprofundar um bocadinho mais [os assuntos] para que eles se habituem - no modo que interagem com a parte digital - a ter outros tipos de conteúdos, trabalhados de outra forma; [conteúdos] que os obriguem a sair das suas zonas de conforto e a fazerem outro tipo de caminho. Portanto, isso é quase um trabalho de formiguinha, mas eu acho que é importante e acho que eles têm muito potencial.”

Visitas e Encontros com o Jornalismo e os *Media*

Durante os três anos de atividades, os jovens estudantes da ESJGF, incluídos nos três Grupo de Intervenção do projeto da Academia da Leitura, fizeram diversas visitas, nomeadamente ao Museu da RTP (em formato virtual), às instalações da LUSA, ao *News Museum* (Sintra), e o grupo de 2021/2022 teve a oportunidade de participar no VI Encontro Nacional de Educação para os *Media*.

Museu da RTP

Devido à situação pandémica vivida a partir de março de 2020, a única visita que foi possível fazer à RTP foi em junho de 2021, de forma virtual. As visitas presenciais à RTP estiveram suspensas para grupos com mais de cinco participantes até ao final das atividades da Academia (junho 2022), sendo apenas possível organizar visitas à distância, no âmbito da iniciativa “Estamos ON - Visitas Virtuais Guiadas ao Museu da RTP”, através da Plataforma Microsoft Teams, com partilha do site do Museu Virtual da RTP.

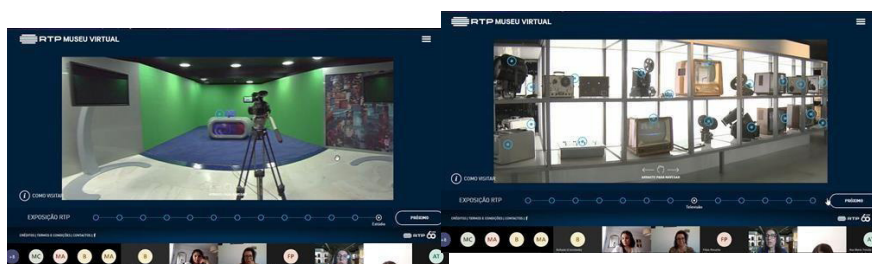


Imagem 9 - Sessão Visita Virtual RTP, junho 2021

A visita virtual em junho de 2021, acompanhada pela professora de português do grupo, Ana Maria Tomaz e pela coordenadora do projeto, Fernanda Bonacho, foi guiada por Rosário Vivaldo, responsável pelo Núcleo Museológico e Apoio ao Serviço Público, que apresentou aos estudantes o Museu Virtual da RTP, inaugurado em 9 de Março de 2009, e o seu vasto acervo museológico e documental de rádio e de televisão (objetos, imagens, vídeos e documentos), através de uma experiência interativa ao mundo da Rádio e Televisão. A visita virtual ao 1º carro de exteriores da RTP e o acesso a algumas Memórias da Televisão e da Rádio, por exemplo, causaram muita curiosidade aos jovens e serviram para recordar a importância da RTP como entidade de referência na memória do país.

“Foi possível ao mesmo tempo que conhecemos as instalações do Museu, conhecer a história de cada uma e curiosidades que não sabia.” GI, 17 anos, ESJGF, 2020

Lusa

As três visitas à Lusa que aconteceram durante o projeto foram sempre muito participadas e apreciadas pelos jovens e pelos vários professores acompanhantes, nomeadamente os professores da ESJGF Miguel Bagorro (2020), Ana Maria Tomaz (2021), Vera Costa (2022) e as docentes Joana Pontes e Fernanda Bonacho. As sessões foram conduzidas pelos jornalistas Paulo Nogueira, João Pedro Fonseca e Sofia Branco, que, após uma visita guiada à redação e às restantes instalações da Lusa, tiveram oportunidade de falar não só sobre a técnica do trabalho jornalístico, mas também de certas características humanas que estes profissionais devem ter para produzir informação de qualidade. O grupo teve oportunidade de colocar várias perguntas aos jornalistas sobre essas práticas e características jornalísticas, as responsabilidades de uma agência de notícias, a importância no panorama nacional e em toda a diáspora portuguesa, e o papel do jornalismo produzido pela Lusa no combate à desinformação. A admiração dos jovens em relação à especificidade do jornalismo da Lusa e a grande quantidade de perguntas suscitadas pela exigência e complexidade da rotina de trabalho dos jornalistas resultaram em sessões com mais de 120 minutos, que tiveram de ser terminadas devido aos compromissos dos jornalistas e da própria turma.

“[O mais interessante foi] entender o funcionamento e os ideais (como o rigor, a confirmação das fontes, informação direta...) da Lusa, bem como de outras agências de notícias. Uma nova realidade dos meios de comunicação. O facto de estes estarem no “tipping point” e a relevância que as agências de notícias como a Lusa e a Reuters têm.” GI, 18 anos, ESJGF, 2022

“Não tinha conhecimento da mesma [Lusa] e achei uma sessão muito enriquecedora.” GI, 18 anos, ESJGF, 2022



Imagem 10 - Sessão Visita LUSA, fevereiro 2020 e 2022)

News Museum

As visitas ao *News Museum* ofereceram aos jovens estudantes do GI e aos professores acompanhantes, nomeadamente os professores da ESJGF Miguel Bagorro (2020), Ana Maria Tomaz (2021), Vera Costa (2022) e as docentes Joana Pontes e Fernanda Bonacho, o contacto com a história da cobertura mediática de alguns episódios mais relevantes dos últimos 120 anos do nosso país e do mundo. A visita de maio de 2020 foi feita de forma virtual, via zoom, e guiada pela Coordenadora Pedagógica Elsa Luís. Nesta sessão foram destacados os principais módulos temáticos do museu e apresentados alguns dos conteúdos multimédia e interativos disponíveis. No final, os alunos foram convidados a aceder a uma plataforma *online*, onde realizaram jogos interativos e onde puderam testar alguns dos conhecimentos sobre o jornalismo, as notícias e a comunicação.

As visitas de 2021 e 2022 foram feitas presencialmente tirando partido de uma experiência imersiva e interativa, na qual os estudantes foram desafiados por diversos estímulos, convidados a percorrer diferentes espaços temáticos e a participar em várias atividades do *News Museum*. A informação sobre o valor e a situação da liberdade de expressão ao dia de hoje, por exemplo, os factos que explicam o papel do jornalismo durante os conflitos bélicos, o panteão dos pioneiros, fundadores, repórteres, cronistas e comunicadores que marcaram a história do jornalismo português, ou a chamada de atenção para a desmaterialização dos *media* através de uma experiência com realidade virtual, foram alguns dos conteúdos da experiência do museu, que decorreu de forma descontraída e com o auxílio de tecnologias inovadoras.

“Para mim foi a visita mais interativa e onde pude ganhar um pouco de cultura e de conhecimento acerca do tema abordado nas sessões. É um museu extremamente interessante e dinâmico, o que ajudou bastante.” GI, 17 anos, ESJGF, 2022.



Imagem 11 - Sessão Visita News Museum, maio 2021, 2022

“A sessão que considerei mais interessante neste projeto foi a ida ao News Museum, em Sintra. Escolhi a atividade mencionada anteriormente uma vez que a considerei bastante enriquecedora. O museu é bastante interessante e interativo, tendo superado as minhas expectativas.” GI, 18 anos, ESJGF, 2022

“Considero que a visita a Sintra foi a parte mais interessante do projeto, uma vez que o museu possui a história da comunicação em diferentes períodos, especialmente no século XX, e foi extremamente esclarecedor. As partes interativas também foram de grande interesse, já que permitiam aprender de forma prática.” GI, 17 anos, ESJGF, 2022

VI Encontro Nacional para os Media

O GI da ESJGF de 2021/2022 foi convidado a participar no VI Encontro Nacional para os Media, sobre o tema “Liberdade de Imprensa nos dias de hoje”, que pretendia refletir sobre a liberdade de imprensa e de expressão como um bem público e sobre o papel dos média na formação e na vida dos jovens. Organizado pela Direção Geral de Educação (DGE), no âmbito do programa Cidadania e Desenvolvimento, e em parceria com o GILM (Grupo Informal sobre Literacia para os Media), o VI Encontro decorreu, em formato híbrido, no Agrupamento de Escolas D. Dinis, a 6 de maio de 2022. Enquanto os colegas de turma do GI, a professora responsável Vera Costa e a docente da ESCS Fernanda Bonacho assistiam na plateia às palestras dos vários oradores convidados, o entusiasmo e orgulho foram notórios quando as alunas da ESJGF Margarida Pereira e Patrícia Sereno participavam no painel debate com outros alunos da Escola Secundária Rainha Santa Isabel de Estremoz e da Escola Superior de Comunicação Social, tendo como moderador Francisco Sena Santos.



Imagem 12 - VI Encontro Nacional de Educação para os Media, maio 2022

De uma maneira geral, considerando, por um lado, o conjunto e a diversidade das 24 ações que constituíram os três anos da agenda de trabalhos da Academia da Leitura em Lisboa, verifica-se que a maioria dos jovens estudantes esteve presente em todas as sessões (figura 1.3), e, por outro, considerando os comentários e as respostas dadas pelos três grupos de intervenção à questão da aprendizagem com as atividades desenvolvidas, a maioria também reconhece que aprendeu ou aprendeu muito, com respostas tendencialmente superiores (4 e 5) para valorizar a aprendizagem no ano de 2020/2021 (figura 1.4).

DOSAGEM DA INTERVENÇÃO

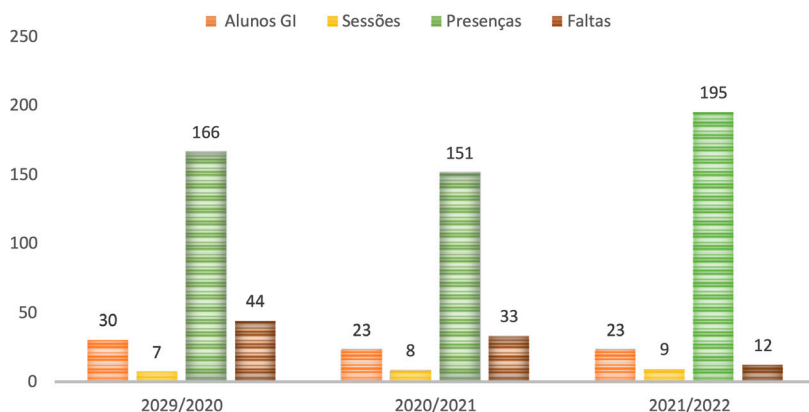


Figura 1.3 - Dosagem da Intervenção, GI Academia da Leitura, Lisboa

Usando a escala de 1 (não aprendi nada) a 5 (aprendi muito), diga quanto sente que aprendeu ao participar neste projeto?

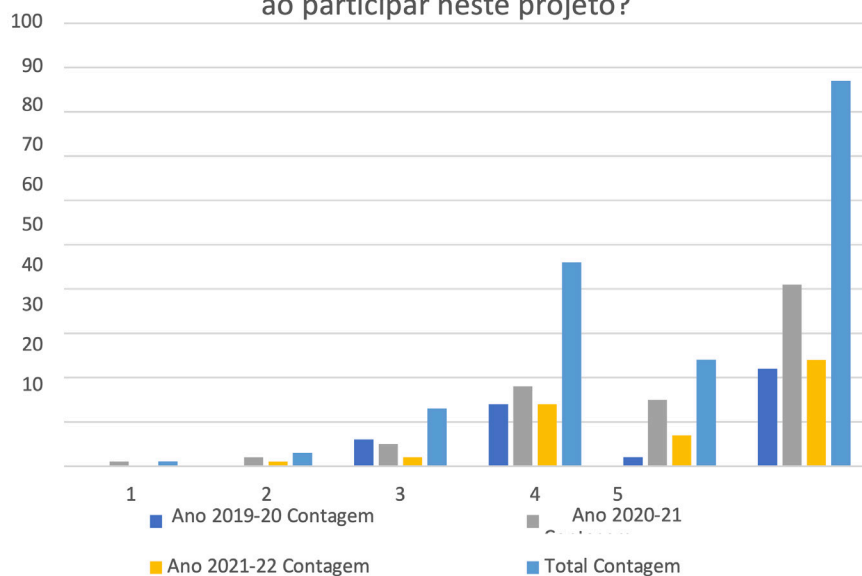


Figura 1.4 - percepção de aprendizagem no GI Academia da Leitura, Lisboa

Reportagens Multimédia Colaborativas

Na segunda parte da intervenção de 2020/2021, o Grupo de Intervenção no projeto da Academia foi desafiado a participar numa experiência colaborativa de produção de reportagens multimédia com os alunos finalistas do curso de licenciatura em Jornalismo da ESCS.

“O mais interessante neste projeto, enquanto aluna de licenciatura, foi o contacto com os estudantes do secundário, perceber como é que olham para o jornalismo, onde é que procuram notícias e que temas lhes interessam. Também foi muito interessante perceber que se envolveram no projeto e que estavam interessados na reportagem que estávamos a criar.” Aluna ESCS, 20 anos, junho 2021

Após as primeiras quatro sessões da agenda de trabalhos, na primeira semana de maio de 2021, decorreu uma sessão de apresentação da ideia, na qual se procedeu à organização de 12 equipas mistas com alunos da ESCS e da ESJGF. Todo o processo de construção das reportagens foi coordenado e monitorizado pela docente responsável pelo projeto, Fernanda Bonacho, com a ajuda das colegas Joana Pontes e Vera Moutinho, da bolseira do projeto em 20/21 Maria Madalena Ramos e da professora responsável pela turma do GI Ana Maria Tomaz. Porém, a metodologia esteve sempre centrada nos próprios estudantes, em ouvir os seus interesses temáticos, considerar as suas decisões e apoiar o trabalho de campo das equipas.

“[A sessão de que gostei mais foi] quando conhecemos os grupos com que íamos trabalhar. Interagir com pessoas novas, de idades e perspetivas diferentes.” GI, 16 anos, ESJGF, 2021

“A sessão em que conhecemos o grupo com que íamos trabalhar. Foi a sessão em que senti que participei mais.” GI, 17 anos, ESJGF, 2021

“O trabalho de grupo com alunos da IPL. Gostei do trabalho porque achei interessante trabalhar com alunos da IPL, sendo eu, da ESJGF. Aprendi com eles e acredito que eles tenham aprendido comigo.” GI, 16 anos, ESJGF, 2021



Imagem 13 - Sessão Equipas ESJGF/ESCS, Reunião de Equipa, maio2021

Durante as oito semanas de construção das reportagens, as equipas determinaram o tema a tratar e decidiram a história que queriam contar, desenvolveram a sua pesquisa, fizeram o tratamento dos dados disponíveis, identificaram as personagens a entrevistar e fizeram as entrevistas, escreveram textos, tiraram fotografias, produziram vídeos, escolheram a narrativa adequada e editaram o seu próprio trabalho. A complexidade do trabalho foi dificultada pelas condições pandémicas que se sentiam a todos os níveis e que atrasavam, ou impossibilitavam, o trabalho no terreno e o contacto com as personagens das suas histórias. Para além disso, a articulação das

disponibilidades dos membros das equipas, que incluíam alunos do secundário e do ensino superior, foi extremamente difícil. Contudo, seis equipas conseguiram chegar ao fim do desafio com propostas muito interessantes e particularmente desafiantes.

“Porque ver o trabalho final é o que mais satisfaz a curiosidade de quem trabalhou no projeto.” GI, 17 anos, ESJGF, 2021



Maria nos estúdios da Antena 1

Pelos bastidores das redações

Ana Rita Silva, Andreia Simão, Mariana Serrano, Paula Sualila e Romina Barreto

Maria Santos tem dezassete anos. É estudante do 11º ano no curso linguístico-humanístico, na Escola Secundária José Gomes Ferreira, em Benfica. Aspira a ser jornalista e, desde o início do ano letivo de 2020/2021, integra o projeto Academia da Leitura do Mundo da Fundação Calouste Gulbenkian. Desde então, sentiu uma abertura de janelas no que toca à literacia mediática. Confessou que embora soubesse “que havia vários tipos de jornalismo”, não sabia que se debruçavam sobre a “economia, política, desporto de maneira tão aprofundada”.

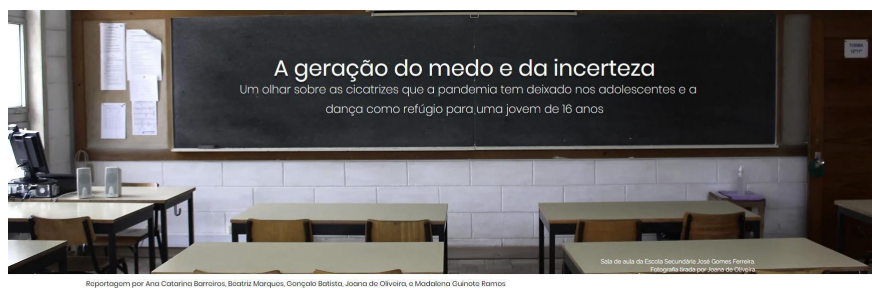
Mesmo com algumas respostas, muitas foram as questões que ficaram. Para colmatar as inquietações, levámos a

Imagem 14 - “Pelos Bastidores das Redações”, Reportagem Multimédia, junho 2021



Imagem15 - “Bataclan. Palco de começos e fins”, Reportagem Multimédia, junho 2021

Fernanda Bonacho, Anabela de Sousa Lopes, Francisco Sena Santos, Joana Pontes, Jorge Trindade, Maria Inácia Rezola, Maria José Mata, Vera Moutinho e Zélia Raposo Santos



Reportagem por Ana Catarina Barreiros, Beatriz Marques, Célia Batista, Joana do Oliveira, e Madalena Guinote Ramos

Depois de um ano e meio desde o início da pandemia, e já ultrapassados dois confinamentos gerais em Portugal, a saúde mental da população mais jovem, em particular da geração Z, tem sido gravemente afetada e com efeitos já visíveis. Cada vez mais estudos, como o publicado no final do ano passado pela **British Science Association**, demonstram um aumento preocupante no número de adolescentes que apresentam crises de ansiedade, situações de depressão e consumo de fármacos psicoativos.

Imagem16 - “A dança, o medo e a incerteza”, Reportagem Multimédia, junho 2021



Em latim, uma língua morta, Saltatio serve para descrever uma atividade complexa, que perdura desde a antiguidade e que faz aumentar o ritmo do coração: a Dança. Para quem a pratica, a dança consegue transmitir sentimentos. Tem o poder de fazer sentir tudo e ao mesmo tempo nada. Alguns alunos da Escola

Imagem17 - “Saltatio”, Reportagem Multimédia, junho 2021



Imagem18 - “Máscara2”, Reportagem Multimédia, junho 2021

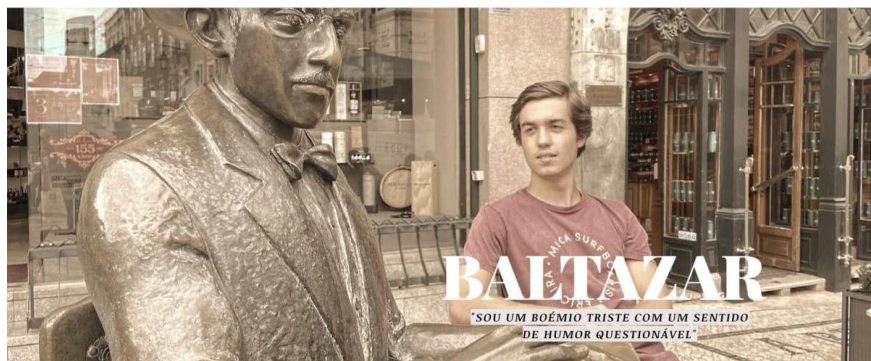


Imagem 19 - “Baltazar”, Reportagem Multimédia, junho2021

Após o processo de monitorização e avaliação das propostas de reportagens multimédia pelas docentes responsáveis, seis histórias foram validadas para publicação e estão, desde então, disponibilizadas no site da Escola Secundária José Gomes Ferreira¹.

Investir nos jovens que vão fazer a mudança: Gulbenkian / Ashoka

Em parceria com a organização internacional sem fins lucrativos Ashoka, a Fundação Calouste Gulbenkian promoveu a iniciativa Gulbenkian 25 < 25, na qual foram seleccionados 25 jovens com menos de 25 anos, que integravam as Academias Gulbenkian do Conhecimento, e que apresentaram ideias que visavam mudar a sociedade e contribuir para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, nas seguintes áreas: Saúde e Bem- Estar, Paz e Coesão Social, Sustentabilidade, Economia Circular e Tecnologia e Humanidade.

1. Disponível aqui: <https://sites.google.com/aebenfica.pt/agrupamentoescolasdebenfica/not%C3%ADcias/na-escola-acontece/20202021?authuser=0#h.9qqhakel1rc9>



Imagem 20 - Carolina Figueiras recebeu uma bolsa Gulbenkian, novembro 2021

Carolina Figueiras, estudante do mestrado em Jornalismo na ESCS e participante nas atividades da Academia da Leitura do Mundo da ESCS durante o ano de 2010/2021, concebeu uma ideia sobre a temática Paz e Coesão Social e foi distinguida como um dos 25 jovens transformadores, recebendo uma bolsa Gulbenkian de apoio individual. Na *Gulbenkian Education Summit*, a ESCS e o IPL, enquanto promotores da Academia da Leitura do Mundo: a Comunicação, o Jornalismo e EU, receberam uma placa representativa da sua participação nas Academias Gulbenkian do Conhecimento.



Imagem 21 - Placa Academia da leitura do Mundo, novembro 2021

O JOGO FALA BARATO

Helena Figueiredo Pina, Instituto Politécnico de Lisboa

/Escola Superior de Comunicação Social

Susana Araújo, Instituto Politécnico de Lisboa

/ Escola Superior de Comunicação Social

Fernanda Bonacho, Instituto Politécnico de Lisboa

/ Escola Superior de Comunicação Social / Instituto de

Comunicação da Nova

Introdução

Apesar da familiaridade dos jovens com a Internet e outros dispositivos digitais, há um consenso em relação à necessidade da promoção da literacia comunicacional no contexto atual de uma complexa convergência mediática. A forma como comunicamos e partilhamos mensagens requer uma diversidade de competências múltiplas (literacia mediática, digital, informacional, visual, multimodal, comunicacional), que se distinguem entre si por requererem diferentes consciências do impacto que a comunicação tem em nós e na nossa relação com os outros. As diferentes situações que as múltiplas literacias permitem resolver ultrapassam o facto de pertencerem a uma ou outra área ou disciplina fechadas sobre si mesmas.

A escola é um ambiente muito relevante para enquadrar e reforçar a aquisição desse leque de competências e é fundamental que os modelos de ensino promovam uma cultura mais participativa que consiga envolver os estudantes no seu próprio processo de aprendizagem.

O projeto Academia da Leitura do Mundo: a comunicação, o jornalismo e eu, integrado na rede nacional das Academias Gulbenkian do Conhecimento 2019, foi acolhido por várias instituições académicas portuguesas, especializadas em estudos de comunicação e jornalismo e procura precisamente proporcionar uma experiência imersiva a jovens entre os 14 e os 24 anos.

O objetivo da Academia da Leitura do Mundo é estimular o espírito crítico, além de pretender fomentar a capacidade de autorregulação dos jovens na relação com os *media* e a comunicação, donde a interatividade competitiva implicada num processo criativo ou na conceção de um jogo de tabuleiro poderão funcionar como recursos pedagógicos e educacionais muito úteis nos dias de hoje.

No contexto educacional, a utilização de jogos não é uma novidade. O jogo é amplamente reconhecido como uma ferramenta pedagógica eficaz no processo de aprendizagem, capaz de envolver e estimular a participação ativa dos estudantes (Nicholson, 2011; Wonica, 2017; Barton *et al.*, 2018; Despeisse, 2018; Krausse *et al.*, 2028; Schmuck e Arvin, 2018; Bayeck, 2020, entre outros).

Por outro lado, o jogo em contexto de sala de aula pode transformá-la num ambiente mais atrativo e gratificante em que o professor se assume como facilitador das aprendizagens. Por seu turno, os estudantes adotam um comportamento mais participativo, permitindo que, de uma forma lúdica, organizem o seu próprio pensamento.

A equipa considerou que um jogo de tabuleiro seria uma ferramenta muito útil para este projeto, uma vez que possui uma existência material que transporta quem o joga para atividades lúdicas da infância. A sua mecânica simples e familiar, bem como objetivos e regras claros previamente definidos, facilitam uma apreensão intuitiva da forma de jogar e libertam a atenção dos jogadores para que se foquem no conteúdo educacional.

O processo de criação de um jogo de tabuleiro em conjunto com os alunos foi considerado uma missão desafiante, mas significativa para a promoção

da literacia mediática na agenda da Academia da Leitura. Ouvir as vozes dos alunos, atender às suas preocupações e considerar as suas sugestões para um protótipo de jogo de tabuleiro funcionaram como ponto de partida para os envolver numa experiência enriquecedora de literacia mediática.

A abordagem metodológica para a construção deste jogo é exploratória e qualitativa. A informação recolhida nos vários grupos de intervenção durante as ações imersivas com os jovens estudantes e as sessões de discussão e reflexão realizadas no âmbito do projeto de investigação Academia da Leitura constituíram a base para a ideia do jogo.

Nas primeiras sessões de *brainstorming* realizadas por um grupo multidisciplinar de professores, investigadores e estudantes de comunicação (6-8 participantes), durante o mês de fevereiro de 2020, foi possível discutir a ideia central do jogo, criar exemplos do seu conteúdo, definir temas, categorias e perguntas padrão. As sessões presenciais tiveram a duração aproximada de 3 horas cada e decorreram na Escola Superior de Comunicação Social, enquanto as sessões à distância foram realizadas através da plataforma Zoom.

Estas sessões envolveram debates em grupo, reflexões escritas e apresentações na sala de aula. Foram realizados pequenos testes de jogo com os estudantes para identificar potenciais problemas, aperfeiçoar as regras e garantir que o jogo era efetivamente utilizado para alcançar os resultados de aprendizagem pretendidos. As interações e reações dos alunos nas experiências foram recolhidas e observadas e a informação deste *feedback* foi utilizada pela equipa de investigação para melhorar o jogo de tabuleiro.

Para decidir a mecânica e formato geral do jogo pretendido foi realizada uma análise comparativa de um conjunto de jogos de tabuleiro, escolhidos de forma não estruturada e sem um processo sistemático e exaustivo, com o objetivo de caracterizar os aspetos relevantes da implementação: encontrar um equilíbrio lúdico-didático, determinar a mecânica do jogo e a sua usabilidade, considerar a simplicidade das regras, definir o número de jogadores e o tempo de jogo.

Uma vez selecionado o jogo de referência, a equipa responsável elaborou um *briefing* para a conceção gráfica da identidade visual e para os aspetos relativos à produção gráfica do jogo de tabuleiro. Para o protótipo, em cada uma das categorias foram formuladas questões apenas a título de exemplo. Os maiores desafios enfrentados durante o processo de desenvolvimento foram a criação de uma mecânica simples e intuitiva e a exigência do tempo disponível para a execução do protótipo durante a atividade letiva dos estudantes.

O Jogo

O “Fala Barato” é uma proposta de jogo de tabuleiro educativo e não comercial concebida por um grupo multidisciplinar de professores, investigadores, jornalistas e estudantes de comunicação que fizeram parte da Academia da Leitura do Mundo.

· Finalidade e objetivo

A finalidade do jogo é trabalhar as competências comunicação, autor-regulação e espírito crítico em ambiente de sala de aula. Para as equipas participantes, o objetivo último do jogo é que uma equipa seja a primeira a completar os objetivos da sua Carta Secreta (atribuída em função do lançamento do dado).

· Formato

O formato do jogo teve como fonte de inspiração os jogos de tabuleiro como o Party & Co. da Diset. O jogo é constituído por um tabuleiro, um dado, um conjunto de cartas e uma monofolha de regras.

Tendo em conta a priorização do contexto de sala de aula, as regras do jogo foram adaptadas para melhor se enquadrarem no ambiente de escola. Neste sentido, considerou-se que não seriam necessários instrumentos para medir o tempo (como ampulhetas), porque este seria controlado pelo

docente de uma forma mais flexível. As próprias cartas são usadas como medida de progresso.

O jogo processa-se por rondas, o que oferece uma flexibilidade considerável em relação à duração e à composição das equipas participantes. Este formato permite ajustar a dinâmica do jogo de acordo com as necessidades pedagógicas específicas, oferecendo uma experiência adaptável e enriquecedora para os participantes.

Elementos constituintes do jogo:

· Embalagem

Mantendo a especificidade da unidade curricular Design e Produção Gráfica, do curso de licenciatura em Audiovisual e Multimédia onde o projeto do jogo foi desenvolvido, foram fornecidas especificações técnicas relativas à produção da embalagem. Assim, a embalagem teria de ser de cartão, impressa a cores, com acabamentos especiais (verniz UV localizado, relevo seco ou estampagem a quente) para valorizar o produto final. Foi sugerido o formato fechado de 27 cm X 27 cm, com o objetivo de minimizar o desperdício de material.

· Tabuleiro

É também importante destacar que, embora o tabuleiro tenha sido concebido para duas equipas e no regulamento se referirem as 2 equipas, o jogo pode facilmente ser adaptado para mais equipas e, em última análise, poderá ser jogado sem recurso ao tabuleiro.

No entanto, o limite sugerido de 2 equipas permite aos jogadores uma melhor interação com o jogo e mais frequência na troca de equipas.

· Cartas

A seleção dos exemplos de conteúdos para as cartas foi realizada pela equipa de investigação responsável pela Academia da Leitura do

Mundo, tentando abranger as competências-chave e uma variedade de conhecimentos essenciais para os jogadores.

Foram consideradas quatro grandes áreas de perguntas correspondentes às competências a serem desenvolvidas, nomeadamente, *Sabias que* (informação, conhecimento geral), *Ação* (autorregulação, rapidez, comunicação), *Eu e Tu* (empatia, conhecimento do outro, comunicação) e *Dentro e Fora da Caixa* (espírito crítico, diferentes interpretações/leituras do mundo). Cada área oferece uma oportunidade para os jogadores explorarem diferentes aspectos de si mesmos, do mundo ao seu redor e das interações sociais, criando assim uma experiência de jogo multifacetada.

· **Dado**

O dado tem quatro faces coloridas que correspondem a cada categoria das cartas e oferecem uma ligação visual direta com os outros elementos do próprio jogo. Essas cores disponibilizam uma referência visual rápida e intuitiva para os jogadores, mas também estabelecem uma relação simbólica entre o dado e o restante do conjunto de cartas. Porém, é nas outras duas faces do dado que reside a verdadeira essência deste elemento do jogo. Uma face retrata um coração inteiro, repleto de simbolismo positivo, que representa a sorte e a prosperidade que os jogadores anseiam encontrar a cada jogada. Por outro lado, a face oposta do dado retrata um coração partido, uma representação gráfica do azar e das adversidades que podem surgir a qualquer momento. Assim, através da combinação de cores das cartas e dos símbolos, este dado transcende o papel de mero instrumento de sorteio, transformando-se numa ferramenta narrativa dentro do contexto do jogo.

· **Monofolha com as Regras do Jogo**

As regras do jogo utilizam uma linguagem simples e clara e são inseridas numa monofolha que pode ser facilmente manuseada.

Ciclo de Desenvolvimento do Projeto de Design Gráfico

Os estudantes finalistas do curso de licenciatura em Audiovisual e Multimédia, da Escola Superior de Comunicação Social/IPL, foram desafiados na unidade curricular de Design e Produção Gráfica a apresentar as propostas mais adequadas para o design gráfico de todas as componentes do jogo (nome, caixa, cartas, dado e regras), bem como soluções de produção gráfica, cujo *pitching* sublinhou o objetivo principal de testar e desenvolver o nível de conhecimento informacional e mediático dos jogadores. A experiência envolveu os estudantes de forma colaborativa e individual e colocou à prova a sua competência comunicacional e de autorregulação. Na última fase, o melhor trabalho foi selecionado por um júri constituído pelos professores responsáveis da disciplina e por elementos da equipa da Academia de Leitura.

Metodologia de trabalho

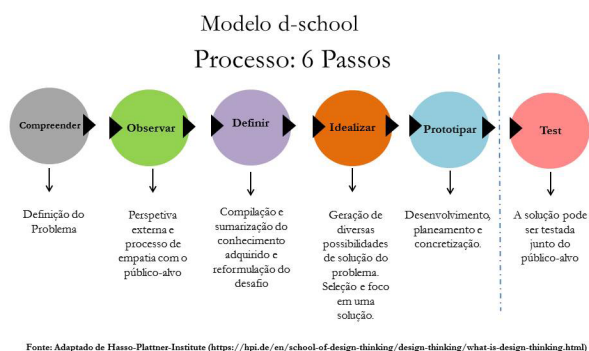


Figura 1 – Processo do Modelo d-school

O projeto de design gráfico utilizou a abordagem do *design thinking*, que é uma abordagem sistemática para a resolução de problemas complexos, centrada no ser humano. Esta abordagem baseia-se no fluxo de trabalho

criativo associado a um projeto de design e desenvolve-se por fases num modelo ágil com ciclos intermédios curtos de avaliação e rápido *feedback*.

Neste caso, foi adotada a metodologia de trabalho do modelo *d-school* de 6 etapas do Instituto Hasso-Plattner da Universidade de Potsdam, na Alemanha (Figura 1).

Conceptualização

· O conceito

O maior desafio do design foi conseguir um produto final educativo e informativo que simultaneamente provocasse nos estudantes interesse pelos tópicos abordados e os fizesse perceber o valor que podiam retirar da experiência de jogo.

O ponto de partida para a abordagem gráfica seguida pela equipa vencedora, constituída por Joana Jorge, Miguel Major e Nuno Amaral, foi a sua própria experiência como jovens estudantes do ensino superior e a sua identificação com o público-alvo, pertencente a uma faixa etária que já é demasiado *crescida* para ser tratada como criança, mas ainda não o suficiente para ser tratada como adulta.

· Naming

O nome “Fala Barato” pretende ser provocador e tira partido de uma expressão idiomática portuguesa cujo significado é de alguma forma depreciativo- Refere-se a alguém que fala muito, mas de forma inconsequente, não tendo consciência do valor e peso das palavras que são usadas tanto no discurso corrente, como nos discursos político e jornalístico.

· Pesquisa e inspirações

Num projeto de design a fase de pesquisa e busca de inspiração é fulcral. No *moodboard* da equipa vencedora destacam-se as cores alegres, jovens sem serem infantis e sem associação de género, e o foco na figura humana

(Figura 2). A figura humana é central no projeto de design fazendo a ligação com o panorama da comunicação e da informação composto fundamentalmente por pessoas.



Figura 2 – Moodboard Projeto de Design Gráfico do Jogo “Fala Barato”

· Desenvolvimento

A fase de esboços permitiu o desenvolvimento das personagens, representativas de uma população diversa, mas que também inclui a estilização humorística de figuras públicas associadas à área temática do jogo como jornalistas, políticos e apresentadores (Figuras 3 e 4).

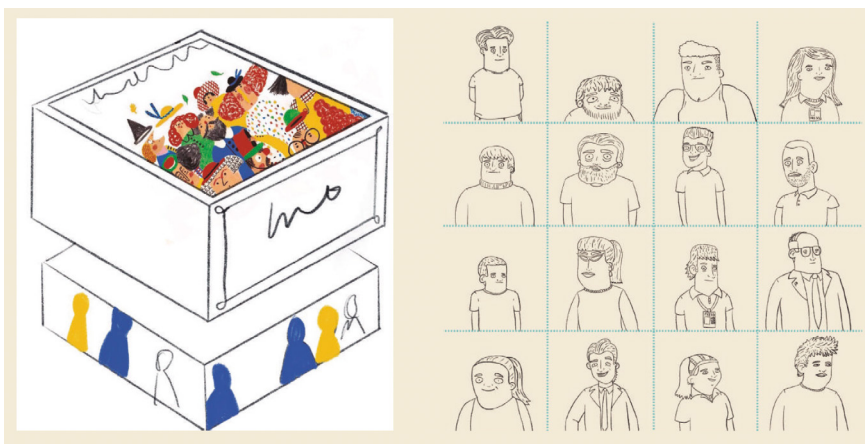


Figura 3 – Primeiros esboços do Projeto de Design Gráfico do Jogo “Fala Barato”



Figura 4 – Esboços de personagens do Projeto de Design Gráfico do Jogo “Fala Barato”

· Esboços iniciais de orientação, perspectiva e jogos cromáticos

Foram feitas diversas experiências em termos de orientação, perspectiva e jogos cromáticos alternativos para a embalagem (Figura 5).



Figura 5 – Esboços de orientação, perspectiva e jogos cromáticos do Projeto de Design Gráfico do Jogo “Fala Barato”

· Paleta de cores

A paleta de cores final (Figura 6) pretende traduzir alegria e juventude, sem ser demasiado infantil e sem conotações associadas ao género.

Preto		Azul escuro		Azul Claro	
HEX	000000	HEX	102542	HEX	86C0C1
RGB	0, 0, 0	RGB	16, 37, 66	RGB	134, 192, 193
HSB	0, 0, 0	HSB	215, 76, 26	HSB	181, 31, 79
CMYK	0, 0, 0, 100	CMYK	75, 43, 0, 74	CMYK	30, 0, 0, 24
NAME	Rich Black FOGRA 39	NAME	Oxford Blue	NAME	Opal
Verde-lima		Laranja		Cru	
HEX	E7E247	HEX	F05023	HEX	F4EFD0
RGB	231, 226, 71	RGB	240, 83, 35	RGB	244, 239, 221
HSB	58, 69, 91	HSB	17, 85, 94	HSB	47, 9, 96
CMYK	0, 2, 69, 9	CMYK	0, 61, 85, 5	CMYK	0, 2, 9, 4
NAME	Com	NAME	Flame	NAME	Eggshell

Figura 6 – Paleta de cores do Projeto de Design Gráfico do Jogo “Fala Barato”

· Tipografia

Foram escolhidas duas fontes tipográficas que se complementam, uma fonte mais divertida para destaques e títulos, e outra mais sóbria para texto (Figura 7).



Figura 7 – Fontes tipográficas do Projeto de Design Gráfico do Jogo “Fala Barato”

· Dimensões

Tendo em mente a experiência de sala de aula, a equipe escolheu alterar as medidas sugeridas no *briefing* (Figura 8). Uma vez que a experiência de jogo pode dispensar a utilização do tabuleiro, para este elemento optou-se pelas dimensões mais reduzidas suscetíveis de poupar espaço nas mesas.

Em relação ao dado, para evitar que este se perca com facilidade, em vez do tamanho padrão a opção foi por um tamanho superior.

Já a embalagem, de modo a acomodar todos os elementos, fixou-se o tamanho da embalagem nos 35x35cm.

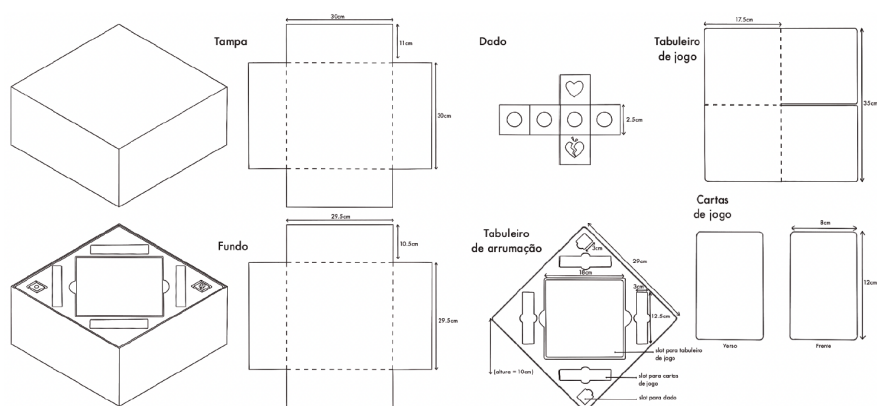


Figura 8 – Estudo de embalagem do Projeto de Design Gráfico do Jogo “Fala Barato”

· Capa da tampa

Considerou-se interessante uma capa cuja composição gráfica contemplasse vários pontos de vista, já que em contexto de sala de aula a disposição dos estudantes será em redor do jogo a olhá-lo de vários ângulos e direções (Figura 9).

O esquema de cores da capa é mais depurado para contrabalançar as restantes partes da caixa que são abundantes em cor e detalhes.

A colocação e orientação das personagens na capa pretende também ser uma referência à dualidade da comunicação e da informação: existem sempre pelo menos dois lados envolvidos, com dois pontos de vista diferentes.

O acabamento em termos de impressão será em verniz UV localizado nos detalhes a preto, nomeadamente no título.



Figura 9 – Design da tampa da embalagem do Jogo “Fala Barato”

· **Lombada da tampa**

Nas lombadas da tampa destaca-se o tema da figura humana (Figura 10). No entanto, como o jogo deve ser identificável mesmo quando arrumado, foi incluído o nome do jogo em duas das faces. Também aqui o nome é realçado em termos de impressão com a aplicação de verniz UV localizado.



Figura 10 – Design da lombada da tampa da embalagem do Jogo “Fala Barato”

· Fundo da caixa e Forro da Tampa

O fundo da caixa inclui uma breve descrição do tema do jogo e logótipo da Academia da Leitura do Mundo. Apesar da opção pela simplicidade, tanto no fundo da caixa como no forro da tampa (Figura 11), foram colocadas duas frases que têm potencial para poder funcionar como pontos de partida para a discussão do tema em aula ou durante as atividades.



Figura 11 – Design do fundo da caixa e forro da tampa da embalagem do Jogo “Fala Barato”

· **Lombada do fundo**

Na lombada da embalagem de fundo estão presentes silhuetas de figuras humanas (Figura 12). As personagens atravessam de uma face da caixa para a outra sem interrupção com a finalidade de dar continuidade aos painéis.



Figura 12 – Design da lombada da embalagem de fundo do Jogo “Fala Barato”

· **Tabuleiro de arrumação**

O tabuleiro de arrumação é bastante simples, com espaços para acomodar o tabuleiro de jogo, os dois dados, e quatro conjuntos de categorias de cartas (Figura 13).

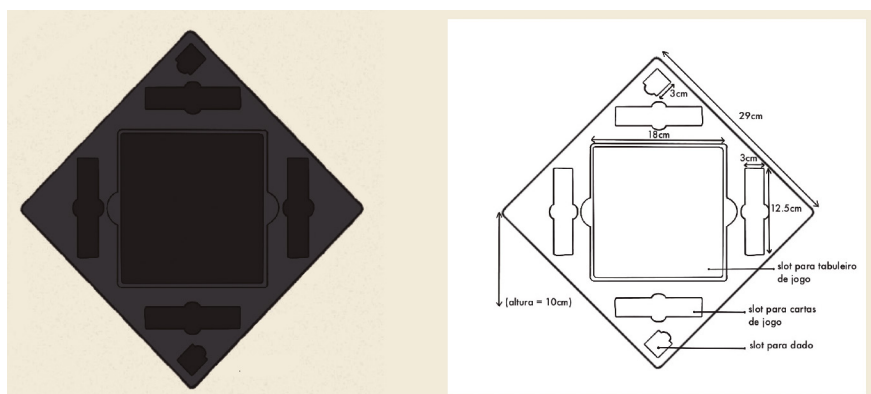


Figura 13 – Design do tabuleiro de arrumação do Jogo “Fala Barato”

· As cartas

Foram atribuídas cores e caras específicas para cada categoria para que possam ser facilmente distinguidas tanto na altura de jogar como na de separar para arrumar. No verso das cartas consta a pergunta ou desafio correspondente à categoria, assim como a resposta correta, no caso das perguntas (Figura 14).



Figura 14 – Design das cartas do Jogo “Fala Barato”

· O dado

Utilizaram-se apenas as cores das categorias disponíveis e dois símbolos universais para as categorias de “sorte” e “azar”, privilegiando a rápida interpretação da simbologia presente no dado (Figura 15).

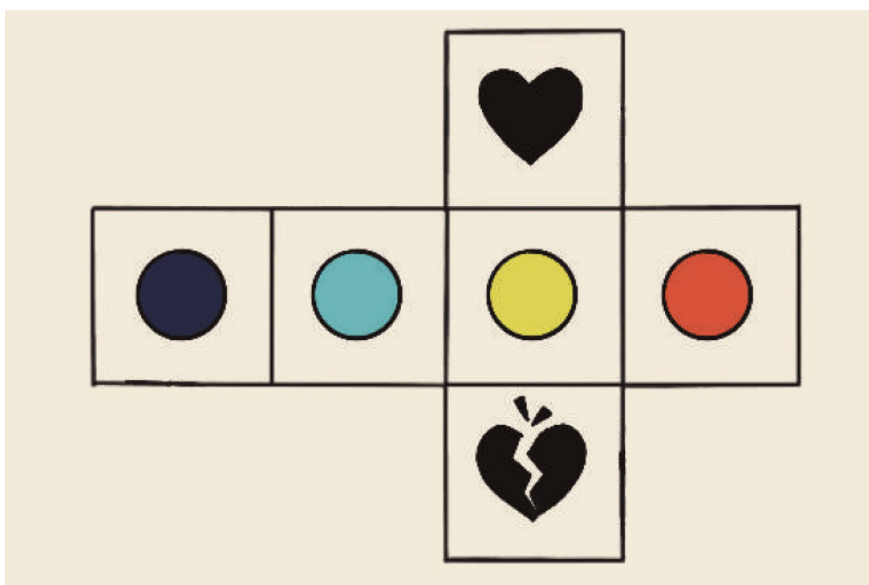


Figura 15 – Planificação e design do dado do Jogo “Fala Barato”

· **Tabuleiro de jogo**

O tabuleiro é simples, tem apenas espaços designados para a colocação das cartas das duas equipas à medida que as vão conquistando. Apresenta como elemento principal as personagens, o que reforça o conceito visual do jogo (Figura 16).

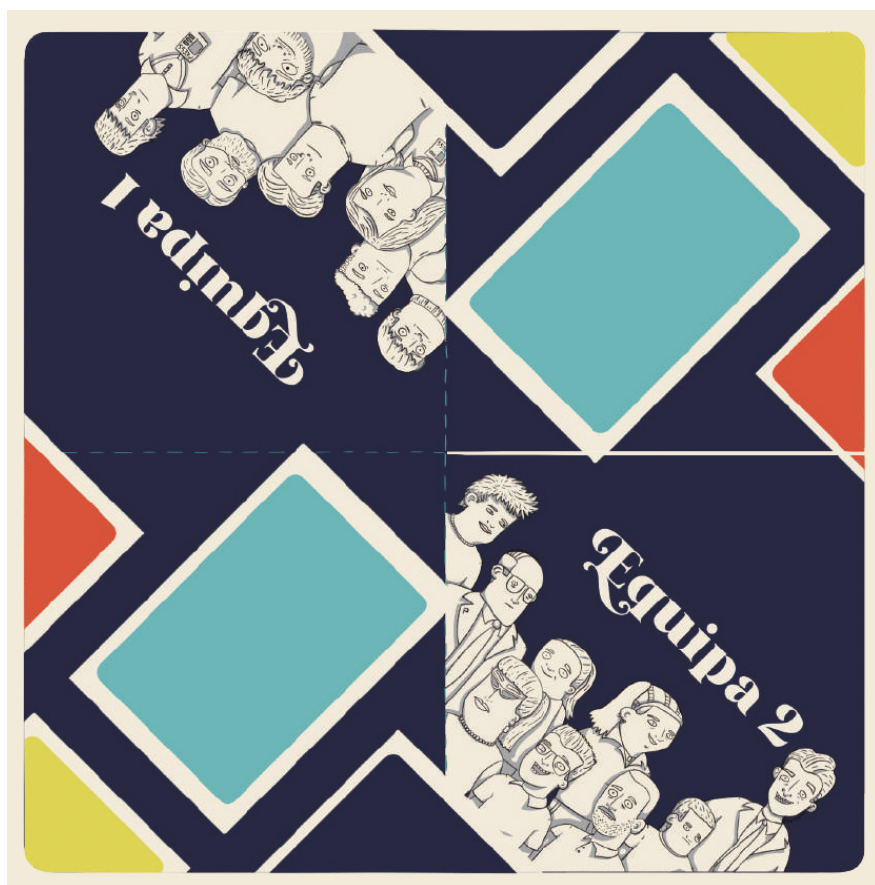


Figura 16 - Design do tabuleiro do Jogo “Fala Barato”

· Monofolha com as Regras do Jogo

As regras surgem escritas numa monofolha que simula uma folha pautada de um caderno escolar (Figura 17).

Regras do jogo

Este jogo joga-se com companhia. São precisas **2 equipas**, com pelo menos 2 pessoas cada; pode ter mais, desde que se consigam entender.

Ganha a ronda quem conseguir colecionar **uma carta de cada categoria**, preenchendo os espaços no seu lado do tabuleiro, primeiro; pode-se jogar só uma ronda, ou prolongar para quantas rondas se quiser.

Como se colecionam cartas? Boa pergunta. Na sua vez de jogar, a equipa **lança o dado**, este tem uma cor para cada uma das categorias do jogo e dois lados especiais:

Azul claro: Dentro e fora da caixa

Azul escuro: Eu e tu

Verde lima: Sabias que?...

Laranja: Ação

Sorte: a equipa pode escolher jogar uma categoria à escolha!

Azar: ups... a equipa adversária pode escolher que categoria quer que a equipa contrária jogue.

Ao escolher uma carta das categorias, consoante o resultado do dado, a equipa vai ser confrontada com uma **pergunta ou desafio**. Maior parte das cartas requerem um porta-voz e **boa comunicação**.

Para colecionar essa carta basta completar com sucesso o desafio ou responder corretamente à pergunta que a carta colocar.

Mesmo que uma equipa tenha cartas de alguma categoria repetidas, no fim da ronda começam sempre do 0.

Boa sorte!

Figura 17 - Design da monofolha de regras do Jogo “Fala Barato”

Resultados

Nas figuras 18 a 20 podemos observar os aspetos gerais do jogo após a sua conceção. A Figura 18 apresenta a maquete do jogo, com a embalagem, capa e lombada da tampa, o fundo da caixa e o forro da tampa. Pode ver-se, ainda, o tabuleiro de arrumação, o tabuleiro do jogo e as cartas.



Figura 18 - Maquete do Jogo “Fala Barato”

A figura 19 mostra a maquete das cartas do jogo e as cores e caras específicas para cada categoria.



Figura 19 - Maquete das cartas do Jogo “Fala Barato”

A figura 20 expõe todos os componentes do jogo produzidos e sua planificação, nomeadamente o dado, o tabuleiro de arrumação, o tabuleiro do jogo, a embalagem, a capa e fundo da tampa, fundo da caixa e forro da tampa, e uma carta do jogo.

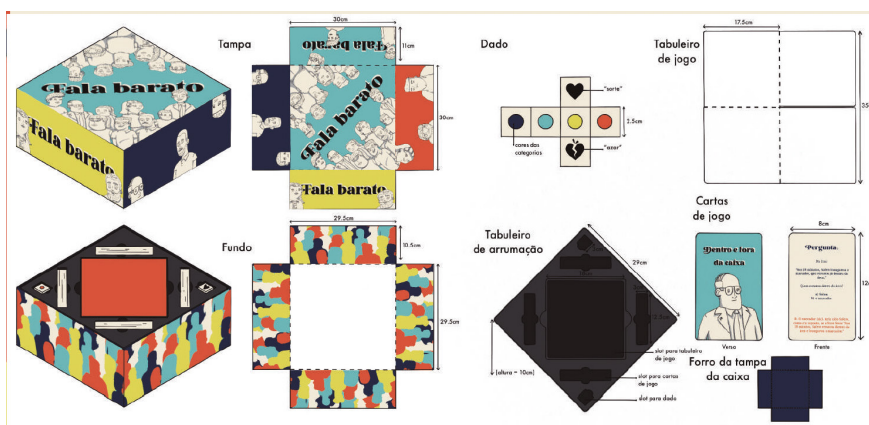


Figura 20 - Planificação do Jogo “Fala Barato”

Protótipo

Para fazer a testagem deste jogo enquanto ferramenta educativa, foi executado um protótipo funcional que permitirá a testagem em sessões piloto cujo *feedback* pode aperfeiçoar questões de conteúdo e forma e aferir as questões relacionadas com dinâmica e eficácia (Figura 21). Não foi possível concretizar o teste piloto durante o projeto, mas mantém-se o objetivo de testar a eficácia deste formato de jogo como ferramenta educativa e de dinamização com jovens, cumprindo assim os objetivos da Academia da Leitura do Mundo.



Figura 21 - Protótipo do Jogo “Fala Barato”

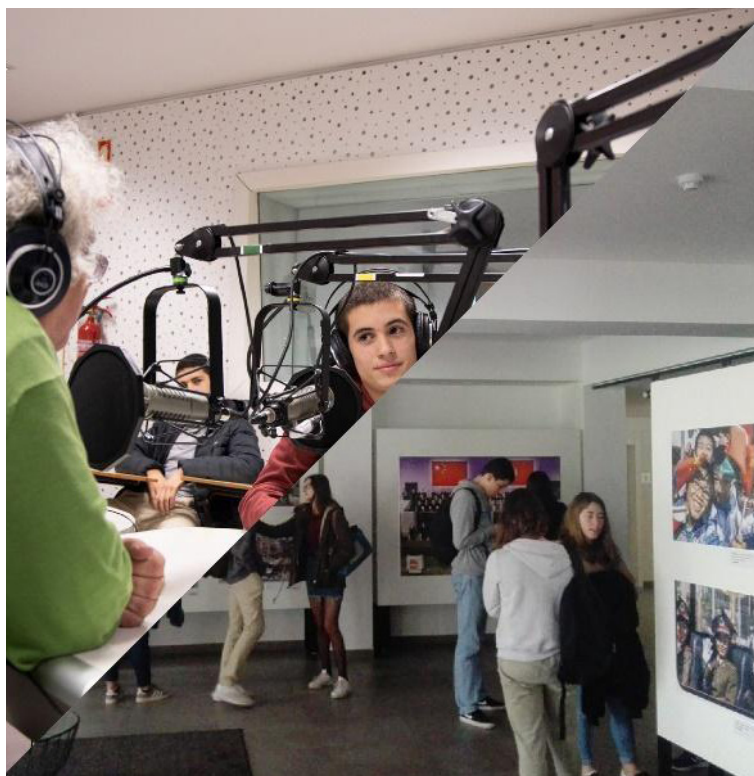
Referências bibliográficas

- Barton, E. E., Pokorski, E. A., Sweeney, E. M., Velez, M., Gossett, S., Qiu, J., Flaherty, C., & Domingo, M. (2018). An Empirical Examination of Effective Practices for Teaching Board Game Play to Young Children. *Journal of Positive Behavior Interventions*, 20(3), 138–148. <https://doi.org/10.1177/1098300717753833>
- Bayeck, R. Y. (2020). Examining Board Gameplay and Learning: A Multidisciplinary Review of Recent Research. *Simulation & Gaming*, 51(4), 411–431. <https://doi.org/10.1177/1046878119901286>
- Despeisse, M. (2018). Teaching sustainability leadership in manufacturing: a reflection on the educational benefits of the board game Factory Heroes. *Procedia CIRP*, 69, 621-626. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2212827117309162?via%3Dihub>
- Krause, A., Headley, S., Bryant, D., Watkin, A., Woodard, C., & Sinicki, S. (2018). Game-Based Teaching Methodology and Empathy in Ethics Education. *International Christian Community of Teacher Educators Journal*, 13(2). Disponível em: <https://digitalcommons.georgefox.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1186&context=iccte>
- Nicholson, S. (2011). Making Gameplay Matter: Designing Modern Educational Tabletop Games. *Knowledge Quest*, 40(1), 60-65. Disponível em: <https://www.proquest.com/openview/df364bfa973a559af479402e830f38bc/1?pq-origsite=gscholar&cbl=6154>
- Schmuck, H., & Arvin, M. K. (2018). Use of a board game format to promote interprofessional learning. *Journal of Interprofessional Education & Practice*, 12, 51-56. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2405452615300926?via%3Dihub>
- Wonica, P. (2017). Learning to evaluate analog games for education. In *Analog game studies* (Vol. 2, pp. 61–67). Disponível em: <https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/pstorage-cmu-348901238291901/12212546/AnalogGameStudiesVolume2.pdf>

REFLEXÕES DE PROFESSORES E ALUNOS PARTICIPANTES

Hoje, mais do que nunca, é importante a Sara saber ler o mundo. É importante o Luís saber distinguir o que é informação e ficção. É importante a Sílvia e o Rúben perceberem a posição central do jornalismo no espaço público, e reconhecerem o seu impacto nas decisões do dia-a-dia. Hoje, a facilidade do acesso à informação inebria o consumo de informação ao minuto, atropela a complexidade da história e distorce uma leitura rigorosa e justa da realidade. O grande desafio para estes jovens do ensino secundário e superior, que participaram na Academia da Leitura do Mundo, foi pensar de forma crítica e comunicar de forma responsável, contribuindo para um espaço público de cidadania, baseado em valores de verdade, igualdade e democracia. Na Academia analisou-se o impacto que a narrativa mediática tem na vida pessoal e social de cada um, mas também se discutiram os efeitos que todas as experiências comunicacionais têm nos outros. As atividades organizadas por docentes e especialistas de uma rede nacional de instituições académicas na área da comunicação e do jornalismo, em parceria com a comunidade local, disponibilizaram ferramentas que ajudaram a descodificar notícias, a contrariar o consumo passivo de informação e a alimentar o rigor e o espírito crítico dos jovens. Amanhã, a Sara, o Luís, a Sílvia e o Rúben irão ser leitores do mundo mais conscientes e competentes, porque saberão tirar partido dos desafios da cultura mediática, e, assim, contribuir para a literacia comunicacional e jornalística da sua comunidade e do seu país.

Equipa Academia da Leitura do Mundo, outubro de 2022.



“Esta nossa Academia junta jornalistas, profissionais dos ofícios da comunicação e da criação, professores e estudantes do secundário e do superior. Cruza gerações. Ajuda-nos a saber ver e entender melhor o que está à nossa volta, perto e longe. E a dar a compreender.”

Francisco Sena Santos, jornalista e professor, IPL/ESCS, Lisboa, 2021.

“Ao longo dos anos letivos de 2019/20, 2020/21 e 2021/22 participaram no projeto Academia da Leitura – o Jornalismo, a Comunicação e Eu? várias turmas do ensino secundário do Agrupamento de Escolas do Bonfim de Portalegre. Este projeto veio revelar-se bastante enriquecedor e profícuo no desenvolvimento pessoal dos alunos, embora não estivesse integrado numa área curricular específica. Todos os alunos participaram ativamente, manifestando interesse e vontade de saber mais acerca do tema em questão.

No âmbito deste projeto, os alunos participaram em diversas atividades, das quais se destacam os workshops na ESECS e algumas visitas virtuais e presenciais. A visita ao News Museum, embora tenha sido virtual, teve um feedback por parte dos alunos bastante positivo; uma vez que tiveram contacto com uma área desconhecida para eles. Este contacto foi benéfico, pois alguns alunos de 12º ano de uma das turmas acabaram mesmo por escolher a área da comunicação para continuar a sua formação no ensino superior.

Um dos workshops realizado e relacionado com televisão e rádio levou os alunos a participar ativamente e de forma entusiasta, pois colaboraram numa entrevista de rua e puderam participar na sua edição. A atividade de rádio, também, teve grande sucesso entre os participantes, visto que simularam um programa de rádio no qual eles desempenhavam o papel de moderador.

Em algumas turmas, os temas abordados pelo projeto acabaram por ser discutidos em sala de aula, na disciplina de Cidadania e Desenvolvimento e também no Projeto do Parlamento dos Jovens do Ensino Secundário, pois era o tema desse ano letivo.

Há ainda a salientar que no final de cada sessão do projeto, a grande maioria dos alunos preencheu o inquérito que lhe foi solicitado de forma colaborativa. De referir também que algumas turmas participaram em diversas sessões fora do seu horário letivo, o que demonstra seu empenho e motivação para participar no projeto.”

Adélia Magrinho e Vanda Ribeiro, professoras do Agrupamento de Escolas do Bonfim, Portalegre, 2021.



“Esta Academia é um verdadeiro veículo de aprendizagens. Queremos expandir o conhecimento dos alunos do secundário, para que possam ser cidadãos mais atentos às diferentes mensagens que lhes chegam. Temos ainda a esperança de os inspirar, enquanto aumentamos a nossa experiência como futuros jornalistas.”

Diogo Diegues, 23 anos, estudante de Comunicação Social, IPT/ESTA, Abrantes, 2021.



A minha participação no projeto da ESCS começou com entusiasmo. Trabalhar com alunos mais velhos e diferentes professores, com outras experiências e visões, para mim foi a grande mais-valia deste projeto.

A diferença (notória) entre a faculdade e a escola foi especialmente interessante; tanto ao nível das instalações e métodos de ensino, conseguimos perceber um pouco do que seria a nossa futura vida académica, para além das inúmeras ferramentas que aprendemos a utilizar, das quais destaco: a análise de notícias, os debates sobre informação e as ferramentas para obtê-la.

Apesar de, por vezes, as sessões serem um pouco genéricas ao nível dos temas, e não obstante, repetitivas, os docentes procuraram enriquecer a experiência tornando-a mais interactiva e personalizada, através de jogos e incentivos à participação.

Por último, ao nível particular, destaco a dinâmica de trabalho. Não só percebemos como se elabora um trabalho académico como pudemos alargar, mais uma vez, os nossos conhecimentos na área da Comunicação.

Gostaria também de destacar neste projecto a liberdade concedida, por parte do corpo docente, aos alunos permitindo-os desenvolver a sua criatividade e aplicar uma certa autonomia, por vezes difíceis de enquadrar no meio académico”.

É com certeza que afirmo que se trata de um projeto bastante dinâmico, que sobretudo tem a vantagem de aproximar os alunos do seu futuro, enquanto cidadãos e participantes na democracia.

Baltazar Antunes, outubro de 2022 (participante grupo de intervenção 2021, 17 anos, ESJGF, Lisboa)



PROPOSTAS DE ATIVIDADES

PROPOSTAS DE ATIVIDADES

Atividades da agenda de trabalhos ALM

As atividades aqui apresentadas estão ancoradas na agenda de trabalhos do projeto Academia da Leitura do Mundo: a Comunicação, o Jornalismo e Eu (ALM). Todas foram aplicadas aos estudantes do ensino secundário dos grupos de intervenção que participaram nas atividades organizadas pelos vários parceiros da Academia, entre 2019 e 2022.

A Revista de Imprensa e o acesso à informação

Saber o que se passa no mundo através dos jornais e plataformas de notícias e falar sobre os principais assuntos do dia contribui para a formação de cidadãos informados e esclarecidos.

De forma espontânea ou de modo mais organizado, a sessão da Revista de Imprensa pode começar pela partilha das capas dos jornais do dia, impressos e *online*. Os participantes identificam o que lhe chama mais a atenção e o responsável pela sessão orienta a discussão no grupo. O principal objetivo é ouvir o que os jovens têm a dizer sobre o mundo que os rodeia, perceber os seus interesses temáticos, mas convidá-los também a olhar para as outras histórias que estão a acontecer no país e no mundo.

Objetivos:

- Debater o que se passa na comunidade, no país e no mundo
- Alargar o conhecimento sobre fontes de informação noticiosa

- Despertar a autorregulação de visões polarizadas do mundo
- Estimular o contacto e análise crítica da cobertura jornalística e mediática da realidade

Recursos

- Notícias dos vários jornais regionais, nacionais e internacionais (impressos e *online*)

Media

- Todos

Público-alvo

- Todos

Os Títulos das Notícias não são banais

Vivemos num mundo caracterizado pelo excesso de uma informação criada e veiculada por meios diversificados que produzem referências cada vez mais discutíveis. Não será tarefa difícil encontrar exemplos de problemas na escrita das notícias e questionar algumas razões para as opções tomadas.

Após uma breve introdução, sobre as características da escrita jornalística, apresentam-se os principais critérios estilísticos e informativos para a criação de um título de uma notícia. Distribuem-se diversas notícias sem o respetivo título e os participantes são desafiados a propor os títulos em falta para que as opções tomadas sejam objeto de discussão em grupo. Outra possibilidade é distribuir alguns títulos publicados na imprensa com problemas ao nível da correção linguística e do rigor informativo, e os alunos proporem reformulações para corrigir os problemas apresentados. A atividade é particularmente interessante se for preparada e monitorizada por um jornalista e um professor de português.

Objetivos

- Debater a escrita noticiosa
- Reconhecer a importância da linguagem utilizada nos *media*
- Estimular o espírito crítico face à realidade envolvente e face aos *media*

Recursos

- Títulos de notícias dos vários jornais e revistas

Media

- Todos

Público-alvo

- Todos

Jornalismo Multimédia e Redes Sociais

Os jornalistas multimédia são jornalistas que trabalham através de diversas dimensões e abraçam os princípios tradicionais do jornalismo como a objetividade, o rigor e a procura de fontes credíveis para uma escrita de excelência. Mas também contam as histórias do mundo através de uma combinação de texto, imagens, som, vídeo e gráficos publicadas nas plataformas digitais.

A partir das redes sociais mais populares entre os jovens, como o TikTok ou o Instagram (2023), apresentam-se ao grupo exemplos de notícias e reportagens construídas por profissionais da informação em formato multimédia. Convidam-se os participantes a analisar a riqueza e complexidade dos conteúdos das mensagens, a explorar o processo de composição e a avaliar a criatividade implicada. Na segunda parte da sessão interessa questionar a utilização das redes sociais e consumo de informação nas plataformas digitais, e esclarecer a distinção entre os tipos de informação disponíveis *online* fomentando o espírito crítico dos jovens em relação às plataformas que são para eles o principal canal de receção de informação.

Objetivos

- Conhecer a diferença entre informação, comunicação e jornalismo
- Criar uma atitude crítica em relação às redes sociais
- Fomentar a curiosidade para conteúdos jornalísticos disponíveis nas plataformas digitais
- Recursos
- Computador e acesso à internet

Media

- Internet e redes sociais

Público-alvo

- Todos

A Coragem para ouvir o outro (lado da história)

Assoberbados pela situação pandémica e por uma *infodemia* de proporções únicas, entender o que, de facto, se passa à nossa volta tornou-se uma tarefa desafiante. A desinformação constitui um problema real e as questões das “bolhas mediáticas” e “câmaras de eco” continuam a alimentar a polarização de posições e a prejudicar a livre circulação de ideias necessária ao diálogo em espaço público. Nunca como hoje o papel do jornalismo foi tão relevante, na defesa dos factos e da história completa e verdadeira.

“Eu posso ou devo publicar?” A pergunta constitui o mote para esta sessão que pretende confrontar os jovens com uma visão mais utilitarista e uma visão mais deontológica da ética jornalística. Depois de partilhar os princípios éticos que orientam a conduta profissional dos jornalistas, sugere-se a partilha de uma notícia/reportagem sobre uma temática controversa e abre-se o debate na procura de respostas para interrogações colocadas pelos pormenores dos casos concretos.

Objetivos

- Conhecer os princípios éticos da responsabilidade social dos *media*
- Questionar o significado de notícia/reportagem para diferentes públicos
- Capacitar os participantes para formarem os seus juízos e resolverem situações concretas
- Fomentar uma atitude autorregulada

Recursos

- Notícias de eventos controversos com forte cobertura mediática

Media

- Todos

Público-alvo

- Todos

NOTAS FINAIS

Durante o desenvolvimento da Academia da Leitura do Mundo: a Comunicação, o Jornalismo e Eu, desafiámos os jovens participantes a uma leitura do mundo rica e informada. Convidámos a comunidade a intervir nas diversas ações disponibilizadas pela agenda de trabalho dos parceiros e ouvimos a voz de cada um para reconhecer os seus interesses, práticas e motivações. O período pandémico que vivemos durante o projeto obrigou os jovens estudantes e toda a equipa de investigadores, docentes, jornalistas e convidados a ultrapassar vários obstáculos e a testar os seus níveis de resiliência, coragem e criatividade para conseguir concretizar os objetivos estipulados. Porém, chegados ao fim dos trabalhos, e apesar do percurso ter sido diferente do que tinha sido previsto, conclui-se que os objetivos foram cumpridos e que o projeto conseguiu conduzir uma experiência de partilha e trabalho colaborativo muito produtivo e interessante.

Trocar ideias, refletir sobre as metas a alcançar e discutir opções a tomar foram práticas comuns na Academia da Leitura. Não há dúvida que é preciso empenho e muita coragem para ver, ouvir e ler o mundo. Obrigamos a estar disponível para ouvir o outro com espírito aberto e não aceitar narrativas polarizadas. Também não temos dúvidas que, de facto, quanto mais lemos o mundo mais portas abrimos ao diálogo e mais empoderados nos tornamos. Onde, a nossa hipótese de partida provou ser verdadeira e o planeamento dos trabalhos correspondeu ao propósito previsto.

Face à avaliação de impacto e monitorização realizadas e salvaguardando o facto de o projeto ter decorrido durante a crise pandémica Covid19, é possível extrair conclusões e avaliações positivas.

Em relação à consecução dos objetivos que presidiam ao projeto, considera-se que:

- existiu uma colaboração efetiva entre os alunos do ensino superior público nacional e os alunos do ensino secundário, materializada na criação de reportagens multimédia produzidas no âmbito do projeto;
- criaram-se reportagens em plataforma multimédia, de acordo com as atividades desenvolvidas em contexto pedagógico da academia;
- os estudantes do Grupo de Intervenção (GI) preocupam-se agora mais com a forma como acedem à informação e ao uso competente, crítico, responsável, criativo e ético da informação, reestruturam pensamentos, analisam e avaliam, mobilizam informação noutras fontes;
- os estudantes do GI reconhecem a importância das temáticas para a sua vida pessoal, escolar e social, atual e futura, em consequência das sessões de formação dinamizadas pela equipa de docentes e jornalistas do projeto: pesquisa, seleção e avaliação da informação; propriedade intelectual; desinformação; os tipos de *media* e as suas linguagens; a operacionalização dos guiões para as reportagens multimédia;
- os estudantes do GI se assumiram também como criadores e produtores de conteúdos multimédia, em atividade extracurricular, o que revela uma atitude proativa face ao conhecimento e à vontade de o partilhar;
- se promoveu uma estreita colaboração entre professores de diferentes graus de ensino (ensino secundário e ensino superior público) de área científicas diversas como, por exemplo, as ciências da comunicação, as ciências sociais e humanas ou a estatística;
- foi possível a criação de um projeto piloto de um jogo de tabuleiro, com atividades pedagógicas ligadas à literacia mediática, ao jornalismo e à comunicação;

- houve espaço para a realização de Projetos de Mestrado no âmbito dos cursos de licenciatura e mestrado em Jornalismo¹;
- se publicaram artigos científicos e se apresentaram comunicações orais em conferência nacionais e internacionais²;
- os estudantes participantes dos grupos de intervenção estão agora mais sensibilizados para as questões da comunicação e do jornalismo, e para a problemática da literacia mediática, em resultado das várias sessões temáticas e visitas participadas, e das evidências encontradas nos inquéritos aplicados;

Fatores positivos que contribuíram para o sucesso do projeto: qualidade dos recursos produzidos e disponibilizados; disponibilidade de equipamento especializado; boa execução do projeto; adesão dos alunos às atividades propostas e concretizadas; receptividade e colaboração dos docentes das instituições de ensino secundário das turmas dos Grupos de Intervenção; colaboração e disponibilidade de docentes, jornalistas, especialista e convidados de excelência.

O que se segue? Os temas atuais incluem a crescente importância da comunicação, dos média e da informação na vida de todas as pessoas, através de tendências para sociedades mediadas, jogos digitais como parte da vida quotidiana, o bem-estar digital e a aceleração da digitalização, datificação e da inteligência artificial. Neste contexto, o investimento na literacia e cidadania são cruciais, construindo uma convergência diversificada de pessoas capacitadas que reconhecem, analisam e resistem a formas nocivas de expressão e comunicação.

1. Maneta, M.P. (2021). Espaço para a Literacia Mediática: a verdade contra a desinformação. [Trabalho de projeto de mestrado, Escola Superior de Comunicação Social]. Repositório Científico do de Lisboa. <http://hdl.handle.net/10400.21/14194>

Silva, J.C.A. (2021). Voz Activa: Da criação de um jornal escolar digital para a Escola Secundária José Gomes Ferreira. [Trabalho de projeto de mestrado, Escola Superior de Comunicação Social]. Repositório Científico do de Lisboa. <http://hdl.handle.net/10400.21/14197>

2. Comunicações e publicações disponíveis aqui: <https://www.escs.ipl.pt/investigacao/academia-da-leitura-do-mundo-o-jornalismo-a-comunicacao-e-eu>

DOI FCT - LABCOM

<https://doi.org/10.54499/UIDB/00661/2020>



Este livro reúne os resultados do projeto “Academia da Leitura do Mundo: o Jornalismo, a Comunicação e Eu”, cuja equipa propôs seguir uma metodologia experimental e testar uma intervenção na comunidade escolar que convidasse jovens estudantes a fazer uma leitura crítica do mundo através do jornalismo. O projeto decorreu entre 2019 e 2022 e foi financiado pelo Programa Academias Gulbenkian Conhecimento da Fundação Calouste Gulbenkian. A Escola Superior de Comunicação Social do Instituto Politécnico de Lisboa foi responsável pela implementação do projeto em parceria com cinco instituições do ensino superior: Escola Superior de Educação e Ciências Sociais do Instituto Politécnico de Portalegre, Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Setúbal, Escola Superior de Tecnologias de Abrantes do Instituto Politécnico de Tomar, Universidade da Beira Interior/LabCom, e Escola Superior de Educação e Comunicação/CIAC da Universidade do Algarve. Este livro mostra como a “Academia da Leitura do Mundo” pode servir como programa educacional inovador para jovens estudantes, com idades entre 14 e 24 anos, com o objetivo de promover a literacia mediática e o desenvolvimento de três competências chave: a comunicação, a autorregulação e o espírito crítico. Esta foi uma iniciativa educacional a nível nacional que desafiou muitos jovens estudantes a compreender, analisar criticamente e participar ativamente no mundo mediático contemporâneo, preparando-os para serem cidadãos críticos, conscientes e bem-informados.