



**Universidade do Minho**  
Instituto de Ciências Sociais

Licenciatura em Ciências da Comunicação  
Literacia para os Media e Cidadania – 3ºano – 2018/2019

## Literacia Mediática: Workshop “Perigos e Benefícios das Redes Sociais”

Henrique Ferreira A81357

Mafalda Souto A83213

Mara Ribeiro A80898

Rafael Borges A77569

Sofia Moreira A80723

Braga, maio de 2019

## **1. Introdução**

Neste trabalho, realizado no âmbito da UC Literacia para os Media e Cidadania, foi-nos proposto a realização de um evento ou produto que promovesse a literacia mediática e a educação para os media e que pudesse ser integrado na semana “7 Dias com os Media”.

O nosso grupo decidiu realizar um workshop intitulado de “Perigos e Benefícios das Redes Sociais”. Uma vez que a população idosa é a que, de um modo geral, menos tem educação para os novos media, decidimos realizar a nossa atividade para esse público alvo. Assim, o nosso workshop teve lugar no Instituto Sénior de Braga, na aula de Internet.

O mundo digital é, hoje em dia, uma realidade cada vez mais presente na vida das pessoas. A não presença nos novos media pode levar a problemas sociais, como exclusão social. Assim, torna-se importante uma educação para os media em todas as faixas etárias.

## 2. Enquadramento Teórico

É neste momento impossível dissociarmos a vida em sociedade do desenvolvimento digital que o mundo assiste a cada segundo que passa. A transformação dos métodos de comunicação vieram mudar, para sempre, a forma como as pessoas interpretam e assimilam tudo o que está à sua volta. Há, por isso, que estar agora atento aos múltiplos riscos que as novas tecnologias trazem consigo. O ser humano é suscetível a muita das coisas que vê e deve ser capaz de distinguir aquilo que pode ou não reter para a sua vida. A Literacia Mediática é, por isso, uma das ferramentas principais para uma sociedade informada e consciente dos perigos que as novas tecnologias podem trazer.

Segundo Sónia Livingstone (2014), em “What is media Literacy?”, a Literacia Mediática pode ser definida como “a habilidade para aceder, analisar, avaliar e criar mensagens sobre uma grande variedade de contextos”. Deste modo, esta visão crítica sobre aquilo em que as novas tecnologias podem ou não influenciar a população é algo que, em circunstância alguma pode ser esquecido.

“Embora os media continuem a ser fundamentais para os cidadãos europeus compreenderem melhor o mundo, o seu consumo está mudar. A mobilidade, as comunicações geradas pelos utilizadores, a internet e a crescente disponibilidade de produtos digitais estão a transformar radicalmente a economia dos media”, (Comissão das Comunidades Europeias, 2007, p.1). A verdade é que se a economia da indústria mediática está de dia para dia a crescer, os perigos que ela traz consigo também aumentam exponencialmente. Quando falamos de perigos referimo-nos à utilização correta da internet e das ferramentas que lhe estão associadas, assim como a proliferação de mensagens que vão contra aquilo que é eticamente correto, ou que simplesmente não correspondem à verdade.

“É crucial conhecer e compreender melhor o modo como os media funcionam no mundo digital, os novos protagonistas na economia dos media e as novas possibilidades e desafios que o consumo dos media digitais poderá trazer” (Comissão das Comunidades Europeias, 2007, p.1). Só depois de conhecermos quem está por trás da economia dos

media e que tipo de influências estas pessoas e mecanismos têm na nossa vida é que podemos tirar conclusões mais exatas sobre os reais perigos das novas tecnologias.

Tendo em conta os perigos a que estamos sujeitos é necessário fazer uma preparação numa fase cada vez mais prematura da vida dos cidadãos para que estes se sintam preparados para os confrontar. Segundo a obra Educação para os media em Portugal: experiências, atores e contextos “existe hoje, no plano internacional, uma convicção partilhada de que a Educação para os Media deve iniciar-se o mais cedo possível, desde logo na família e na instituições de prestação de cuidados a crianças de tenra idade, e prolongar-se ao longo da vida” (Pinto, M. et. al, 2011). “As competências que os jovens precisam de desenvolver em relação aos media digitais não se limitam à recolha de informação” (Buckingham, 2009). É sobretudo necessário perceber que os jovens têm de ter a capacidade para analisar a informação criticamente, de forma a transformarem-na em conhecimento. Isto implica que haja uma interrogação clara sobre a origem destas informações, quais as intenções dos autores quando as disseminam e de que forma estas representam o mundo.

No entanto, embora os mais jovens sejam, à primeira vista, a melhor oportunidade para inculcar os valores da literacia mediática é necessário ter em conta todas as gerações. Até porque não nos podemos esquecer que os tempos mudam e quem está hoje na idade adulta ou já na terceira idade, viveu o desenvolvimento tecnológico de uma forma diferente. Não podemos então esquecer-nos das gerações mais velhas neste processo de desenvolvimento tecnológico. É necessário, portanto, ter a perceção de que de dia para dia o meio digital em que cada pessoa está inserida não para de aumentar. “Hoje, com as redes sociais, aplicações móveis, telemóveis que sabem onde o utilizador está e múltiplos serviços online a pegada digital de cada pessoa não para de aumentar” (Pequenino, K. 2018).

“No panorama nacional, podemos observar uma certa limitação de iniciativas que visam dotar os idosos de competências fundamentais para uma plena cidadania numa sociedade informacional e capitalista (Petrella, S. et. al 2014). É neste ponto que nos quisemos focar ao longo da realização do nosso projeto e da nossa atividade. Potenciar

um conhecimento cada vez maior sobre os perigos das novas tecnologias aos mais idosos, através dos mecanismos que, felizmente, já se encontram minimamente desenvolvidos. A verdade é que “temos assistido nos últimos anos à ampliação da rede RUTIS (Rede de Universidades da Terceira Idade), as políticas de inclusão digital que se traduziram principalmente na disponibilização de acessos públicos à internet e de cursos de TIC, para os quais aumentou o interesse dos idosos”, algo que acabou por ser útil ao desenvolvimento da nossa atividade. (Petrella, S. et. al 2014)

### 3. Metodologia de trabalho

As redes sociais e a internet estão cada vez mais presentes na nossa vida e consideramos que abordar este tema seria essencial para o público, de forma a que possam melhorar o seu conhecimento e a interação com os vários dispositivos.

Definimos, inicialmente, que o público-alvo para o evento a realizar seria indivíduos com mais de 50 anos, pois consideramos que são uma faixa etária que não está tão dentro do assunto e que cada vez mais faz parte da e participa neste mundo digital, completamente novo para eles. Para além disso, é um mundo com imensa informação, perigos e benefícios e o seu uso deve ser cauteloso e atento. Optamos, então, pelos alunos do Instituto Sénior de Braga.

Consideramos que a melhor forma para transmitir a nossa mensagem seria através de um workshop interativo, com um momento de esclarecimento sobre quais são os perigos e benefícios da internet, a utilização correta das redes sociais, em específico do Facebook e a questão das *Fake News*. Por fim, realizamos um pequeno quizz para avaliar se o nosso público tinha compreendido todos os aspetos e dicas fornecidas.

Os nossos grandes objetivos com este workshop eram:

- Alertar para os perigosos relacionados com a utilização da internet; demonstrar os benefícios da utilização correta da rede social Facebook;
- Esclarecer problemáticas relativas à desinformação e às fake news;
- Fornecer ferramentas práticas para a utilização correta das várias vertentes da internet;
- Informar sobre a realidade dos perfis falsos e como identificar os mesmos;
- Esclarecer quais os benefícios da utilização acertada do Facebook.

#### **4. Apresentação e análise do workshop “Perigos e Benefícios das Redes Sociais”**

O workshop, orientado para o grupo de alunos do Instituto Sénior de Braga (ISB), foi organizado e orientado pelos membros do grupo do presente trabalho. Após um primeiro contacto com o ISB, agendamos a manhã do dia 3 de maio para procedermos à realização do workshop, com o intuito de dividir o tempo disponível em várias partes consoante os objetivos acima referidos.

Decidimos realizar um workshop por ser um método de transmissão de informação de fácil compreensão para o nosso público-alvo. Neste workshop incluímos a apresentação de um PowerPoint, uma pequena sessão de esclarecimento feita posteriormente à apresentação e um questionário, no final.

Primeiramente, apresentamos sucintamente alguns pontos sobre quais são os perigos e benefícios da internet. Depois, explicitamos os algoritmos associados a esta rede social. Esta explicação foi breve, visto que o foco principal do nosso workshop incidiu sobre as Fake News.

De seguida especificamos um dos grandes problemas que hoje afeta a nossa sociedade, nomeadamente, a questão das Fake News. Começamos por introduzir uma definição do conceito e uma explicação de como atuam nas redes sociais. De seguida, enunciamos formas de identificar Fake News: estar atento à tendência das publicações, desconfiar se os seguidores da página aparentarem serem demasiado aleatórios, variar as fontes de informação, ir além dos títulos, ter em atenção os posts patrocinados e verificar sempre a data da publicação visto que há páginas que partilham notícias antigas de forma a captar a atenção do seu público e fazer dinheiro.

Demos alguns exemplos reais de notícias falsas que se alastraram pelas redes sociais e realizamos, também, um quizz com os participantes da atividade. Mostramos várias notícias, algumas falsas, outras não, e o objetivo era que os alunos identificassem as falsas, discutindo cada uma delas ao detalhe. Com este quizz conseguimos perceber se o workshop tinha sido efetivo e concluímos que os participantes tinham, de facto, assimilado a maior parte da informação e dicas para identificar essas notícias falsas, que lhes fora transmitida ao longo do workshop.

Os estudantes do Instituto colaboraram com bastante entusiasmo durante todo o workshop, com várias questões pertinentes e exposição de ideias e opiniões sobre o que íamos introduzindo. Conseguimos perceber, tal como poderá perceber no vox-pop realizado, que as opiniões se dividem e que nesta geração se fazem diferentes usos das redes sociais, isto é, uns usam muito e outros usam pouco e, para além disso, o uso que fazem é para puro lazer e alguns para se informarem. Não exploram muito a rede social Facebook.

## 5. Conclusão

A UC Literacia para os Media e Cidadania foi-nos especialmente importante por nos ter alertado para o facto de, hoje em dia, haver ainda muita falta de informação e de educação para os media. Para a nossa geração, especialmente alunos de comunicação, analisar criticamente uma notícia é algo que nos está já intrínseco, mas há muitas pessoas que não o conseguem fazer e precisam de ser educadas neste sentido. Aliás, todos nós precisamos de ser continuamente educados neste sentido, visto que vivemos numa sociedade que está em constante mudança.

Depois de analisarmos alguns estudos e algumas estatísticas achamos por bem organizar um evento direcionado para uma geração mais velha, dado que é a geração que tem menos contacto com as novas tecnologias e que está menos educada relativamente aos media.

Assim, organizamos, no Instituto Senior de Braga, um workshop sobre fake news e sobre o funcionamento dos algoritmos das redes sociais (nomeadamente o facebook). O evento ocorreu na manhã do dia 3 de maio e contou com a participação de quatro alunos do instituto. Através de um vox-pop, feito antes do início do workshop, conseguimos perceber que a geração mais velha tem diferentes hábitos relativamente às redes sociais. Uns usam, outros não, uns usam para se manter informados, outros usam para lazer. Através de um pequeno debate que tivemos após a nossa apresentação, conseguimos perceber que o nosso workshop tinha sido esclarecedor e que contribuímos, de certa forma, para a educação mediática daqueles alunos.

## 6. Bibliografia

Buckingham, D., (2009) *Educação Mediática: do Analógico ao Digital*. Revista Noesis, Nº 79, Lisboa.

Comissão das Comunidades Europeias, (2007) *Comunicação da Comissão ao Parlamento Europeu, ao conselho, ao comité económico e social europeu e ao comité das regiões: uma abordagem europeia da literacia mediática no ambiente digital*.

Livingstone, S., (2004) *What is media literacy?*

Pequenino, K., (2018) *Os meus dados estão a salvo? Um guia para diminuir a sua pegada digital*.

Petrella, S., Pinto, M., Pereira, S., (2014) *O idoso e a educação para os media. Novos desafios entre envelhecimento e exclusão social*.

Pinto, M. , Pereira, S., Pereira, L., Dias Ferreira, T., (2011). *Educação para os media em Portugal: experiências, atores e contextos*.

## 7. Anexos

