

ECOS DA ERA DIGITAL: PERCEÇÕES E INTERAÇÕES DOS JOVENS COM OS MEDIA EM TEMAS AMBIENTAIS

Resumo do Relatório com Recomendações: Portugal



Resumo da Pesquisa e Recomendações

Literacia mediática e os jovens

A literacia mediática tornou-se uma competência-chave na era digital, especialmente para as gerações mais jovens, que estão mais expostas ao conteúdo mediático.

Em 2023, **Portugal assegurou a 12ª posição**, em toda a Europa, com 60 pontos, classificado no 2º cluster hierárquico como um «país com bom desempenho», juntamente com países como os Países Baixos, a Islândia, a Bélgica, a Alemanha ou o Reino Unido, no Expanded Media Literacy Index (Índice de Literacia Mediática Expandida) produzido pela Iniciativa de Políticas Europeias do Open Society Institute – Sófia (2023). O índice avaliou indicadores de liberdade dos media, tal como fornecidos pela Freedom House e Repórteres sem Fronteiras, indicadores de educação conforme medidos pelas pontuações do PISA para literacia em leitura, científica e matemática, bem como a percentagem de matrículas no Ensino Superior, a confiança nos outros, conforme observado no World Values Survey, e, finalmente, o nível de interação digital registado pelas Nações Unidas.

Um estudo realizado em janeiro e fevereiro de 2024, como parte do projeto "**Literacia Mediática e Informacional para a Mudança Climática e Tópicos Ambientais**", destacou a importância da literacia mediática para os jovens, especialmente em temas relacionados a questões ambientais, sobre os quais têm opiniões predominantemente neutras.

Abaixo, apresentamos algumas das principais conclusões do estudo, bem como recomendações relevantes que podem ser utilizadas em futuros esforços de advocacia.

Resultados principais da pesquisa em três países

A pesquisa teve como objetivo **explorar as relações entre os jovens e os meios de comunicação, com um foco especial em tópicos ambientais**. Mais especificamente, o objetivo foi identificar o pensamento crítico dos jovens sobre vários aspetos dos media, as suas competências na produção de conteúdos mediáticos e no uso da Internet, bem como a presença de tópicos ambientais nos meios de comunicação.

A recolha de dados foi realizada através de um questionário, que foi disponibilizado em formato online e distribuído aos participantes por meio de vários canais de promoção (comunicação direta, Instagram, Facebook e e-mails).

Nos três países que participaram na pesquisa, o total da amostra foi de **731 respondentes** 230 em Portugal.

Os smartphones e televisões são os dispositivos mais comuns nos lares portugueses, com 95,3% e 89,4% de penetração, respetivamente. Por outro lado, dispositivos mais tradicionais, como rádios (42,9%) e leitores de livros eletrónicos (12,6%), apresentam menor popularidade. Estes dados reforçam a prevalência de tecnologias móveis e conectadas no dia a dia.



O smartphone lidera como o dispositivo mais usado, com 93,4% dos utilizadores recorrendo a ele diariamente. Em contraste, tecnologias como o rádio são usadas com menos frequência, destacando uma mudança de preferência para plataformas digitais e portáteis.

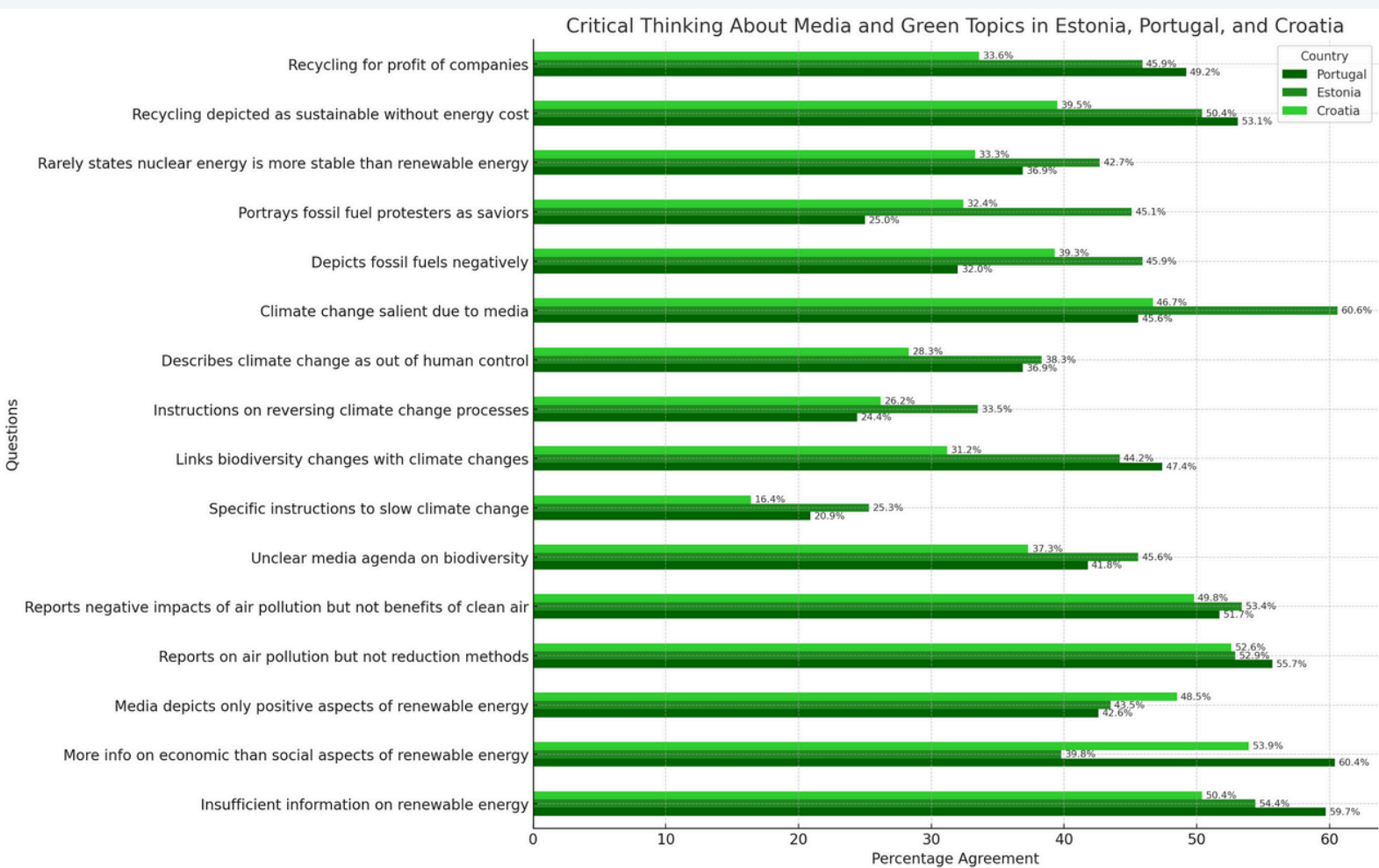
Os portugueses demonstram uma desconfiança significativa em relação aos conteúdos mediáticos. Existe a percepção de que as notícias são muitas vezes manipuladas para atrair público, enquanto os proprietários das empresas de media influenciam o conteúdo produzido. Esta visão ressalta a necessidade de literacia mediática para interpretar e avaliar informações de forma crítica.

Os jovens em Portugal sentem que os media muitas vezes retratam a juventude de forma negativa, associando-a a características como

desorganização, passividade e desinteresse político. Apesar disso, também reconhecem que são vistos como criativos e ativos em algumas situações. Essa dualidade reflete a necessidade de narrativas mais equilibradas e justas sobre a juventude.

Quase **metade da população (43,1%) já utilizou IA** para criar conteúdos, desde imagens a textos. No entanto, a confiança nesses conteúdos permanece baixa, refletindo desafios na aceitação de tecnologias emergentes.

Os meios de comunicação são criticados por oferecerem informações limitadas sobre energias renováveis e estratégias para combater as alterações climáticas. A falta de um diálogo abrangente sobre estas questões reflete uma oportunidade perdida de educar a sociedade para práticas mais sustentáveis.



Recomendações

Nível Sistémico

Num nível sistémico, é recomendável que o sistema de educação formal introduza programas abrangentes de literacia mediática. Estes programas devem ter como objetivo **desenvolver o pensamento crítico dos jovens em relação à produção e consumo de conteúdos mediáticos, bem como a capacidade de distinguir entre notícias falsas e verdadeiras**. Além disso, é essencial que os programas de literacia mediática abordem os aspetos negativos do uso excessivo da Internet, dado que o conteúdo apresentado nas redes sociais pode causar sérios problemas de saúde mental entre os jovens.

Deve-se também prestar atenção significativa ao (ab)uso da inteligência artificial. Apesar de não ser uma tecnologia nova, o desenvolvimento da Internet e dos computadores facilitou a sua ampla disseminação nos últimos anos. Assim, é fundamental que os jovens, através de programas de literacia mediática na educação formal, aprendam a identificar fontes reais, válidas e confiáveis de informação nos media. Além disso, devem ser encorajados a confiar no seu próprio conhecimento e bom senso para tirarem conclusões sobre diferentes questões.

Outro ponto importante é a necessidade de colocar maior foco em tópicos relacionados com o clima, ambiente, biodiversidade e poluição do ar, entre outros temas ambientais. A perceção dos jovens sobre estes assuntos tende a ser neutra, o que demonstra a necessidade de reforçar a sua importância nas iniciativas de literacia mediática.

Nível de media

Além disso, a educação formal, tal como as empresas de media, devem **formar os seus jornalistas para utilizarem a inteligência artificial com discernimento**, assegurando que fornecem ambos os lados da mesma história. Este aspeto é particularmente importante para reduzir as decisões tendenciosas que os leitores possam tomar. Como consequência, esta abordagem pode posicionar uma empresa de media como uma fonte confiável de informação.

Os media também devem incentivar os seus leitores a participar em processos democráticos, como debates públicos que podem ser realizados online, especialmente porque os media, por vezes, relatam de forma muito ativa certas mudanças legislativas.

No domínio dos tópicos ambientais, os media poderiam **intensificar a cobertura de temas como os custos energéticos da reciclagem, em consonância com a recomendação de apresentar ambos os lados da mesma história**. Este esforço contribui para aumentar a transparência e a conscientização sobre questões verdes, promovendo um debate mais informado e equilibrado.

Nível de família

Recomendações implicam que **os pais devem ensinar aos seus filhos que as redes sociais são plataformas onde os pensamentos de cada um podem ser expressos, mas que tudo o que dizemos tem certas consequências**. Além disso, os pais devem ser encorajados a discutir com os seus filhos a veracidade das informações apresentadas nos media.

Nível individual

Num nível individual, os indivíduos devem tentar **investigar o mesmo tópico em diferentes fontes de media**, uma vez que cada fonte fornece aspectos da história que são interessantes para os seus leitores e alinhados com o seu modelo de negócio e planos estratégicos. Além disso, antes de publicar em redes sociais e diferentes serviços de microblogging, os jovens devem aprender que tipo de conteúdo é publicado e quais são as regras de comportamento nessa rede social. Caso os jovens queiram usar IA na produção de conteúdo, devem verificar se o conteúdo fornecido por uma ferramenta de IA é confiável. Caso necessitem de orientação, podem procurar ajuda tanto em programas de literacia mediática dentro da educação formal, como em algum outro programa educacional não formal. Eles também podem procurar ajuda de outros profissionais, incluindo técnicos de juventude.

Sobre o projeto "Literacia mediática e informativa em matéria de alterações climáticas e temas ambientais"

“Um consórcio de parceiros implementou o projeto intitulado "Literacia mediática e informativa para as alterações climáticas e os temas ambientais" com o objetivo de **aumentar as capacidades e fornecer ferramentas práticas aos animadores de juventude e aos jovens**. O projeto é apoiado pela União Europeia, em particular pelo programa Erasmus+, e a instituição contratante é a Agência para a Mobilidade e Programas da UE na Croácia.

O consórcio é constituído por organizações experientes no domínio da literacia mediática:

- **DOMAS**, da Croácia, uma pequena empresa especializada em educação não formal, trabalho com jovens e literacia mediática;
- **AgoraAveiro**, uma ONG portuguesa centrada no trabalho de base com jovens e em temas ambientais;
- **Learning Library**, uma empresa de edu-tech da Estónia especializada em e-learning em ambientes não formais.

As atividades do projeto incluem:

1. **Investigação** "Literacia mediática e da informação em temas ambientais": O objetivo da investigação era avaliar o nível de literacia mediática entre os jovens, especialmente os que têm entre 15 e 30 anos, centrando-se na literacia mediática e nos temas ambientais.
2. **O Toolkit** for Youth Workers and Educators "Media and Information Literacy of Youth in Green Topics (abrangendo as alterações climáticas e os temas ambientais)".
3. **Sessões-piloto** (21 sessões de 90 minutos cada) para jovens: Com base no Toolkit desenvolvido, os parceiros do projeto em cada país testam e implementam sete workshops de 90 minutos com jovens e recolhem as suas reacções para posterior desenvolvimento com base nas necessidades dos jovens.
4. **Curso de aprendizagem em linha** para jovens "Literacia mediática e temas verdes": O curso é uma ferramenta de e-learning interactiva, com questionários, fotografias interativas e vídeos. A ideia é que os jovens passem pela aprendizagem eletrónica e adquiram novos conhecimentos e competências em matéria de literacia mediática e da informação. O e-learning contém oito módulos, cada um com quatro lições, e baseia-se numa experiência de aprendizagem gamificada, possibilitada pela abordagem de educação não formal do trabalho com jovens.
5. **Cursos de formação locais** para educadores e animadores de juventude: O conjunto de ferramentas desenvolvido e melhorado constitui a base para cursos de formação locais para 60 educadores (formadores e professores, associados especializados nas escolas) centrados na literacia mediática, nas notícias falsas e na forma de envolver os jovens nestes temas.
6. **Conferências locais de divulgação**: Conferências de divulgação local de um dia em cada país, onde os resultados do projeto são apresentados à comunidade mais vasta de animadores de juventude e organizações de juventude, consistindo em painéis e workshops práticos.

Interessado nos resultados detalhados da pesquisa e em outros resultados do projeto? Lê o código QR ou visite o site www.domas.hr para obter mais informações!



