



LITERACIA MEDIÁTICA

NO ENSINO SUPERIOR

*um estudo exploratório com alunos de
comunicação social*

Ficha técnica

Título: Literacia Mediática no Ensino Superior - um estudo exploratório com alunos de comunicação social

Autores: Nídia Salomé Morais; Joana Martins; Miguel Midões

Design gráfico: Mariana Pinto Gonçalves

Ano de Publicação: 2025

Local de Publicação: Viseu, Portugal

Formato: PDF

Número de Páginas: 73

Instituição Afiliada: Instituto Politécnico de Viseu, Escola Superior de Educação

ISBN: 978-989-35783-7-7

Literacia Mediática no Ensino Superior

Este *e-book*, desenvolvido pela discente Mariana Pinto Gonçalves, sob a orientação das docentes Nídia Salomé Morais e Joana Martins, surge como produto da dissertação de Mestrado de Comunicação Aplicada no ramo da especialização de Comunicação Estratégica (CACE), da Escola Superior de Educação - Instituto Politécnico de Viseu.

Viseu, julho de 2024



Apresentação

Este *e-book* divulga os resultados obtidos no âmbito do projeto “Literacia Mediática no Ensino Superior: um estudo com alunos de Comunicação Social”, desenvolvido nos anos letivos 2020/2021, 2021/2022 e 2022/2023.

O projeto foi financiado pela Fundação para a Ciência e Tecnologia (FCT), através do CI&DEI – Centro de Estudos em Educação e Inovação do Politécnico de Viseu e envolveu os investigadores Joana Martins, Nídia Salomé Morais e Miguel Midões, docentes do Departamento de Comunicação e Arte da Escola Superior de Educação de Viseu.

O projeto aqui apresentado teve como objetivo avaliar o grau de literacia dos alunos da área dos media ao longo do seu percurso académico, nomeadamente no 1.º ano, no 2.º ano e no 3.º ano de licenciatura, no curso de Comunicação Social, lecionado na Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Viseu.

Especificamente, este *e-book* apresenta uma comparação entre os resultados obtidos no ano letivo 2020/2021 e 2022/2023, numa tentativa de se identificarem tendências ao nível da literacia mediática ao longo do percurso académico destes alunos.

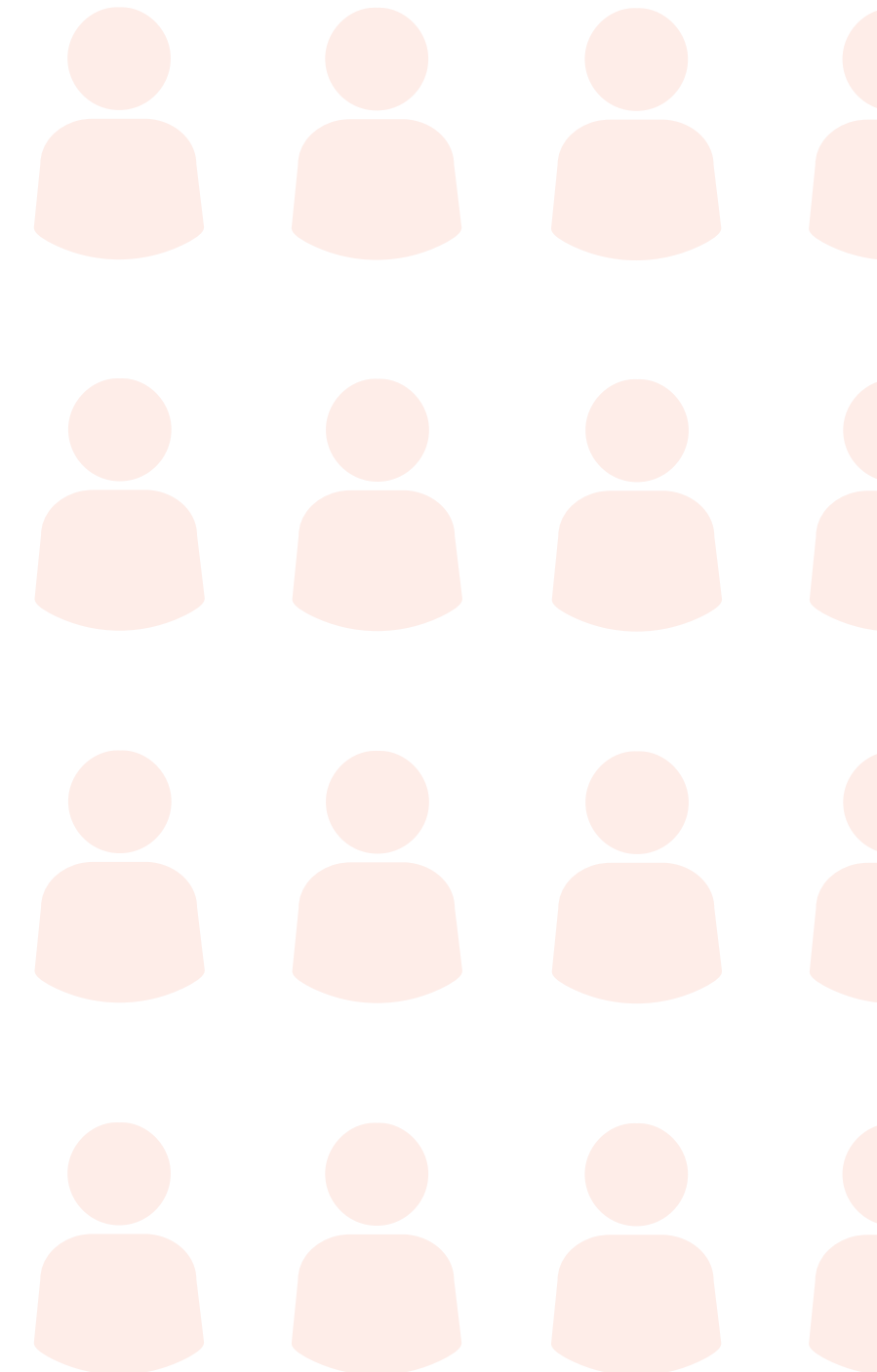
Metodologia

Trata-se de um projeto exploratório e descritivo que começou a ser implementado no ano letivo 2020/2021 com a aplicação de um questionário aos estudantes dos três anos do curso (1º ano n=55; 2º ano n=50; 3º ano n=20), o mesmo questionário foi aplicado no ano letivo seguinte (2021/2022) (1º ano n=25; 2º ano n=35; 3º ano n=12), e também no ano letivo 2022/2023 (1º ano n=29; 2º ano n=24; 3º ano n=19).

No total foram inquiridos 280 estudantes do ensino superior, tendo os dados sido tratados estatisticamente com recurso ao software SPSS (Statistical Package for the Social Science) versão 28 para Windows.

A análise estatística envolveu medidas de estatística descritiva (frequências absolutas e relativas, médias e respetivos desvios-padrão) e estatística inferencial. Nesta, usou-se o teste do Qui-quadrado de independência, o teste de Fisher, o teste t de Student para amostras independentes e o teste de Mann-Whitney. O pressuposto do Qui-quadrado de que não deve haver mais do que 20% das células com frequências esperadas inferiores a 5 foi analisado. O nível de significância para rejeitar a hipótese nula foi fixado em $(\alpha) \leq .05$.

No sentido de complementar os dados quantitativos recolhidos através do questionário, foram também concretizados três *focus group*, com o objetivo de recolher dados qualitativos e argumentações mais fundamentadas.



Sumário

CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA	<u>7</u>
PRÁTICAS E CONSUMO DOS MEDIA	<u>12</u>
CONTEÚDOS DOS MEDIA	<u>20</u>
JORNALISMO COMO PROFISSÃO	<u>25</u>
INFORMAÇÃO E OPINIÃO	<u>29</u>
SETOR DOS MEDIA EM PORTUGAL E NO MUNDO	<u>35</u>
DESINFORMAÇÃO E FAKE NEWS	<u>44</u>
QUESTÕES ÉTICAS NO JORNALISMO	<u>59</u>
CONCLUSÕES	<u>65</u>
BIBLIOGRAFIA	<u>71</u>



CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA



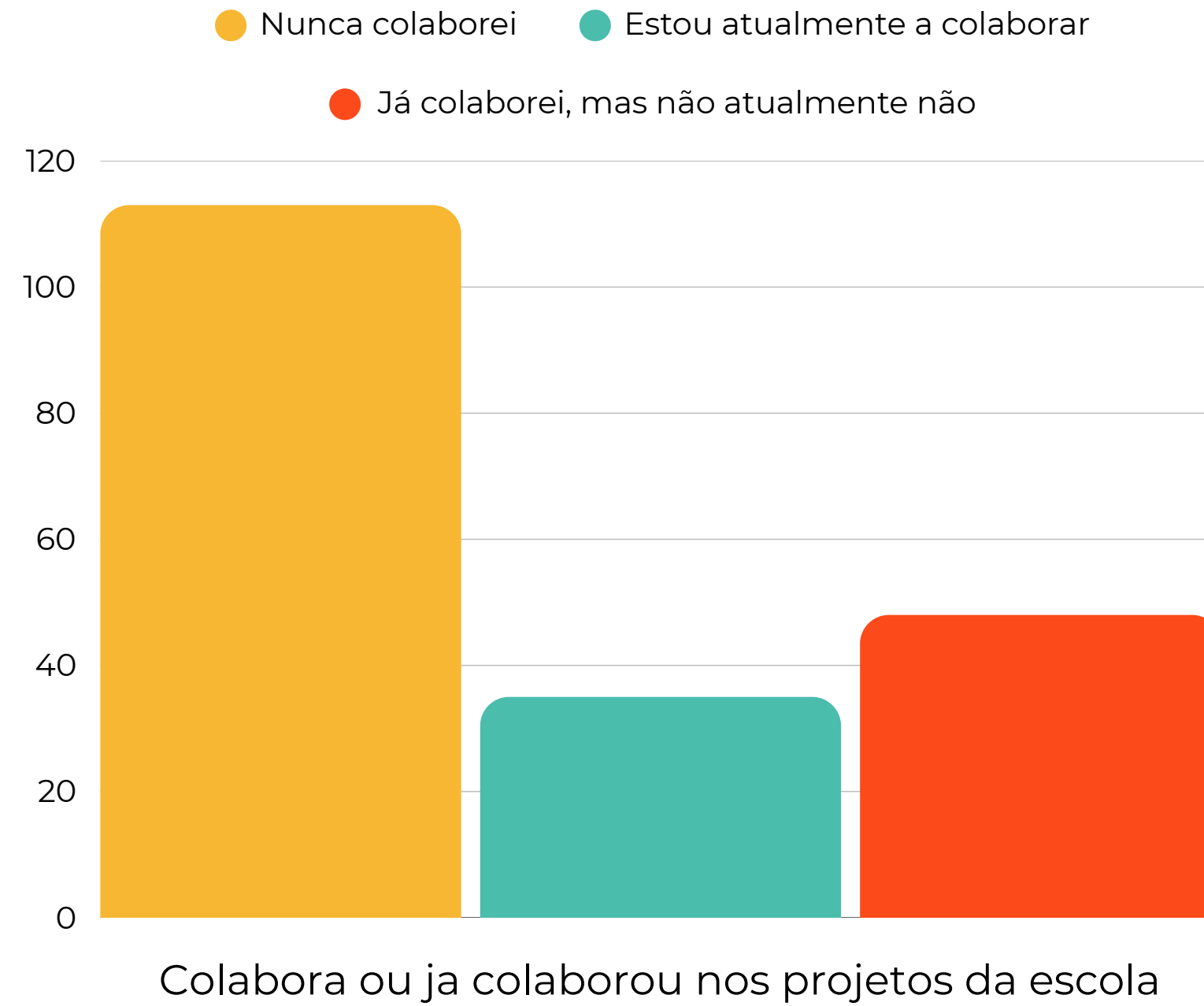
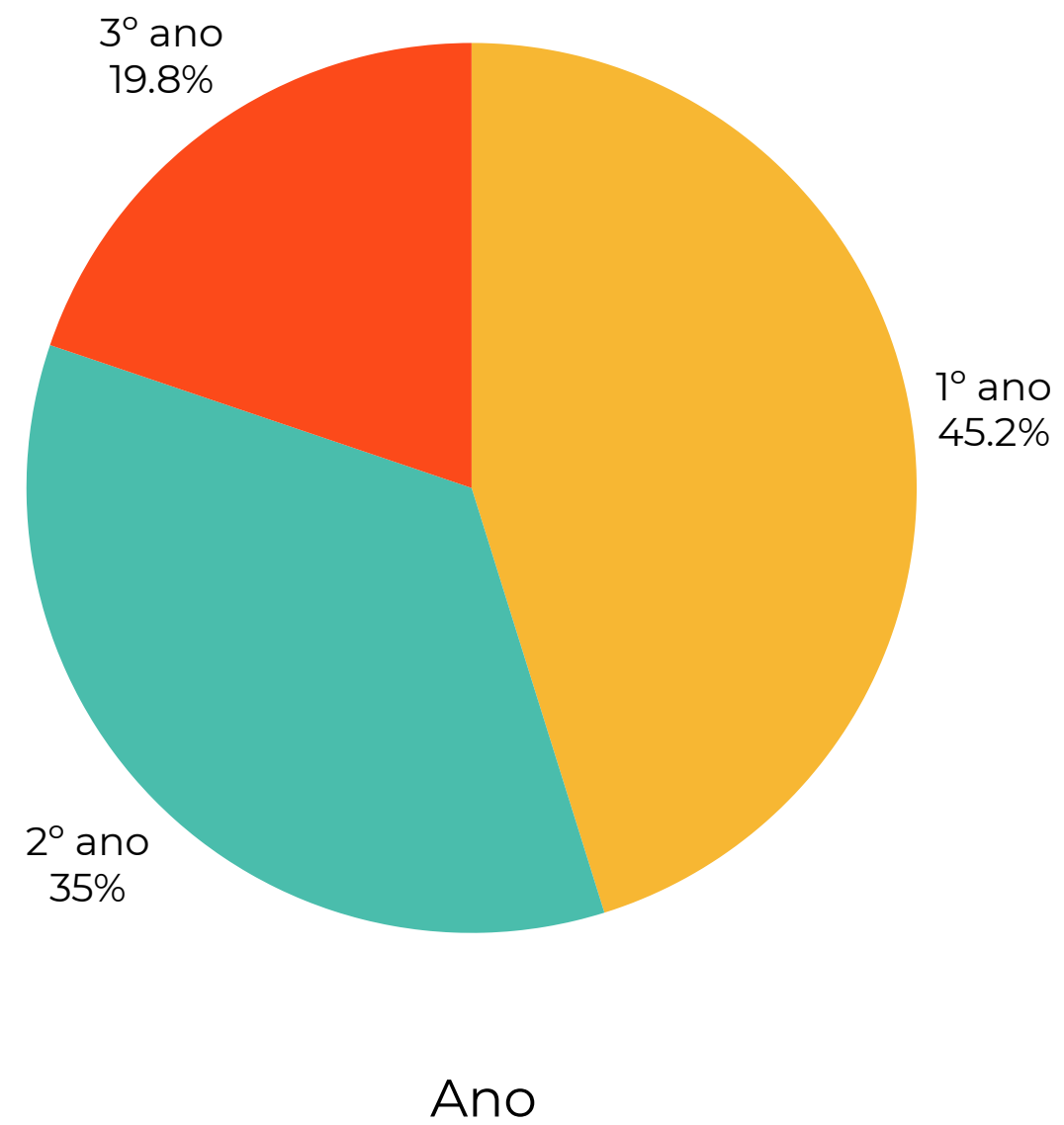
Caracterização sociodemográfica

Responderam ao questionário um total de 197 alunos, dos quais 125 na 1ª aplicação e 72 na 3ª aplicação. A maioria era do género feminino (73,1%), com idades entre os 20 e 21 anos (45,4%), do 1º ano (45,2%), natural do distrito de Viseu (33,3%). A grande parte nunca tinha colaborado nos projetos da escola (57,7%) e denota-se a preferência dos estudantes pela área da produção de conteúdos de entretenimento (22,7%) para trabalharem no futuro.

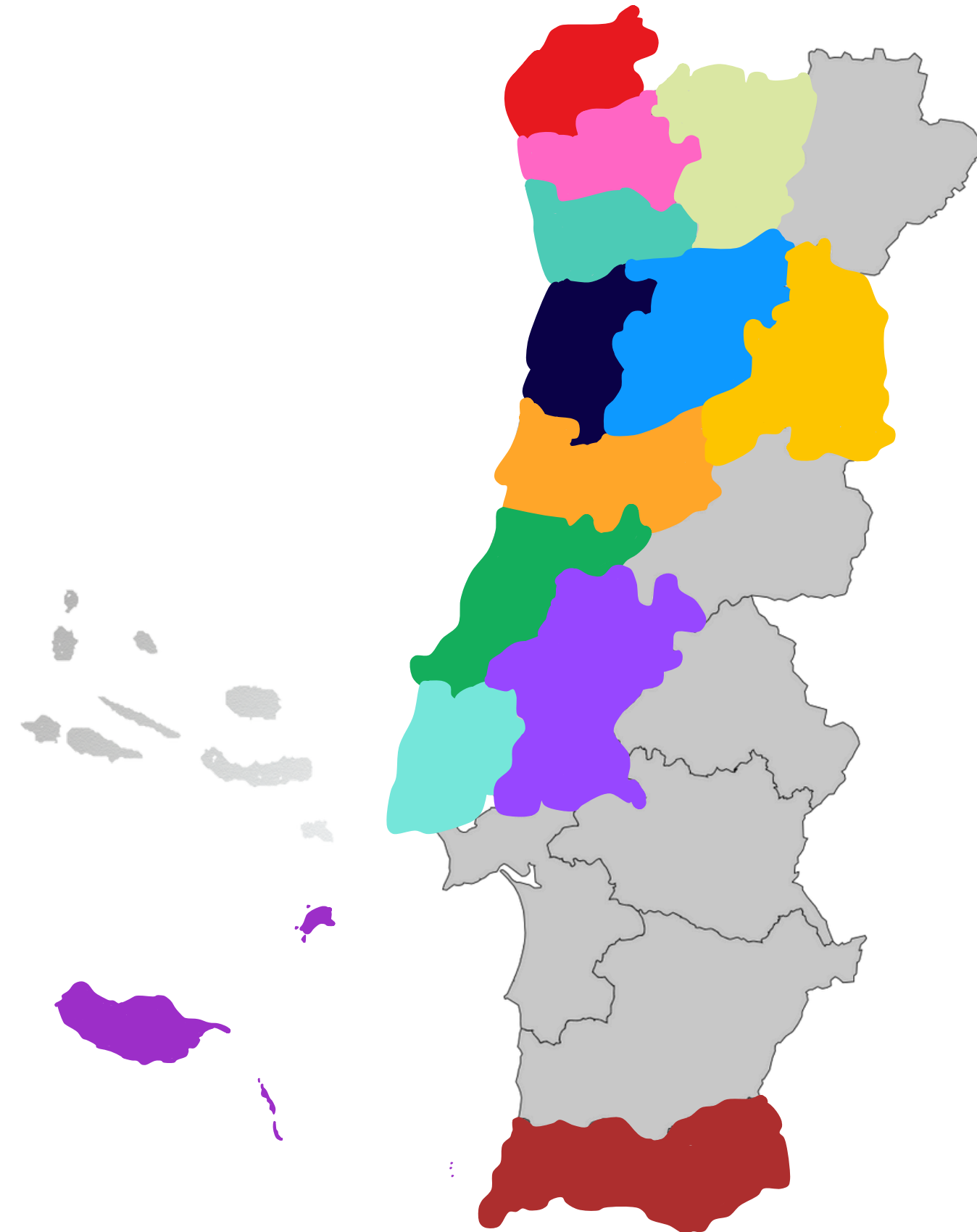
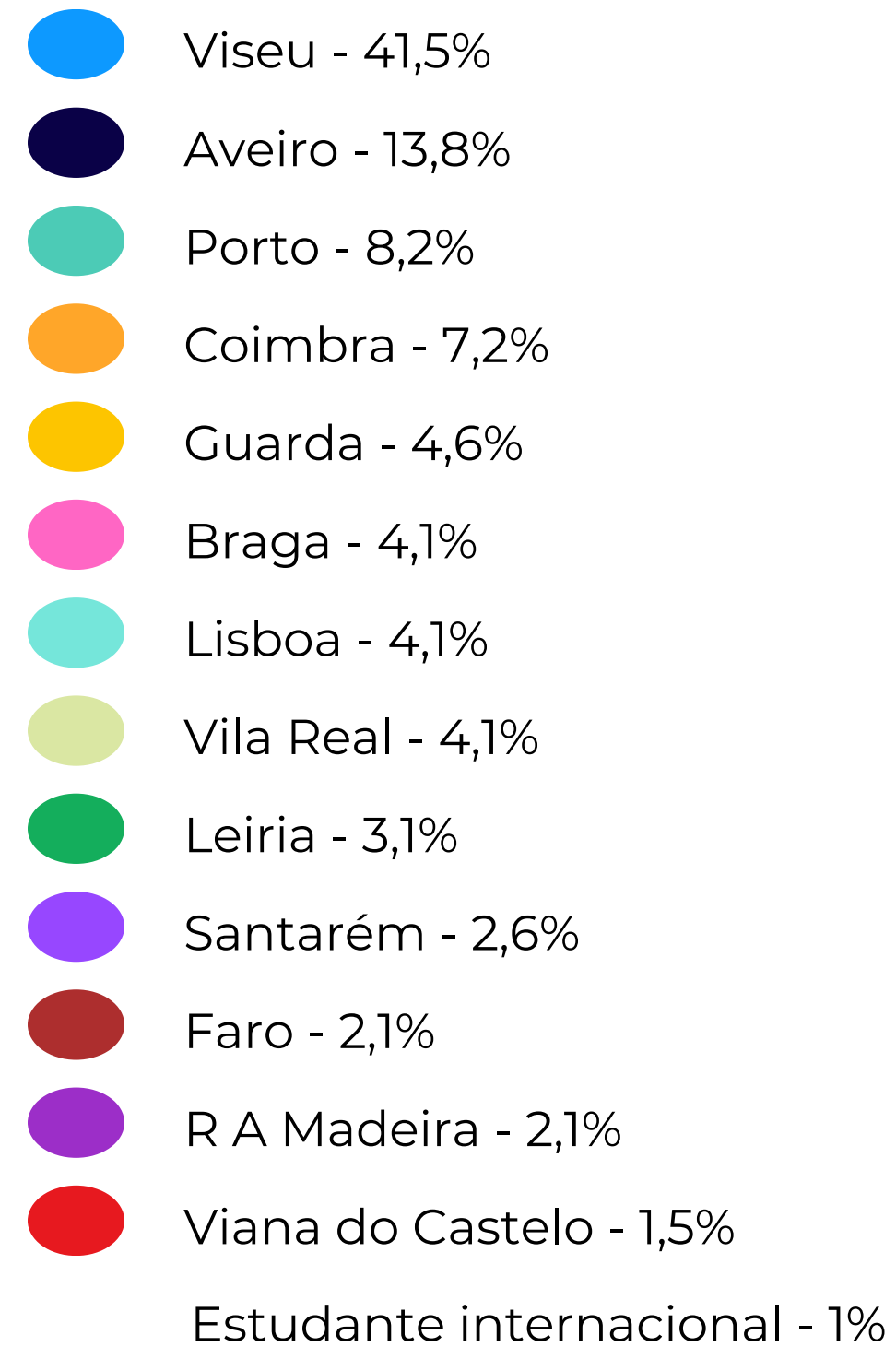


Idade	Total %
18 e 19 anos	37,2%
20 e 21 anos	45,4%
22 e 23 anos	12,2%
24 e 25 anos	3,1%
> 25 anos	2,0%

Caracterização sociodemográfica



Caracterização sociodemográfica



Caracterização sociodemográfica

Áreas em que os alunos gostariam de poder vir a trabalhar no futuro.



“Ainda não decidi”
26 alunos
13,4%



Jornalismo escrito
28 alunos
14,4%



Produção de conteúdos
de entretenimento
44 alunos
22,7%



Assessoria de comunicação
25 alunos
12,9%



Jornalismo radiofónico
10 alunos
5,2%



Produção e realização
televisiva
21 alunos
10,8%



Edição de imagem
8 alunos
4,1%



Jornalismo televisivo
30 alunos
15,5%



Edição de som
2 alunos
1,0%



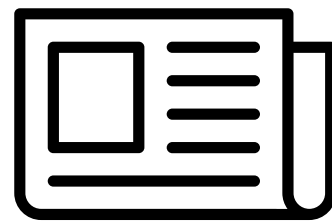
PRÁTICAS E CONSUMO DE MEDIA

Uso de meios para se manter informado

Os resultados mostram que é nas redes sociais que os jovens estudantes de Comunicação Social mais se informam e mostram também que a televisão continua a ser um meio importante para os jovens se informarem.

Quando comparamos, entre as duas aplicações, a frequência com que os estudantes usam os meios para se informarem sobre o que se passa no país e no mundo, não encontramos diferenças estatisticamente significativas.

Jornais/revistas impressos



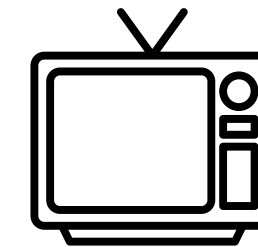
1ª aplicação: \bar{x} 1,56
3ª aplicação: \bar{x} 1,44

Jornais/revistas online



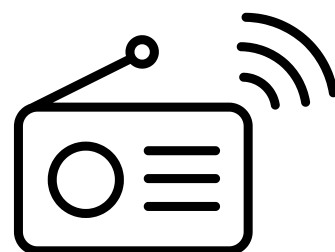
1ª aplicação: \bar{x} 2,99
3ª aplicação: \bar{x} 2,74

Televisão



1ª aplicação: \bar{x} 3,47
3ª aplicação: \bar{x} 3,39

Rádio



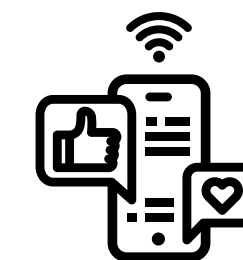
1ª aplicação: \bar{x} 2,67
3ª aplicação: \bar{x} 2,61

Websites e blogues



1ª aplicação: \bar{x} 2,63
3ª aplicação: \bar{x} 2,78

Redes sociais



1ª aplicação: \bar{x} 3,86
3ª aplicação: \bar{x} 3,82

Atividades realizadas com os media

No que toca à frequência com que os estudantes realizam diversas atividades com os media, denota-se que a televisão mantém-se como um meio de relevo, seguindo-se a visualização de conteúdos em plataformas como Netflix, HBO, etc.

Atividades	1ª aplicação \bar{x}	3ª aplicação \bar{x}
Vejo notícias na televisão	3,42	3,26
Assisto a programas de entretenimento diurnos nos canais generalistas portugueses	2,28	2,27
Assisto a programas de entretenimento noturnos nos canais generalistas portugueses	2,43	2,39
Vejo conteúdos em plataformas como Netflix, HBO, etc	3,03	3,06
Assisto a reality-shows da TV portuguesa	1,79	1,74
Tenho o hábito de comprar o jornal	1,23	1,28

Atividades realizadas com os media

Em sentido oposto, o hábito de comprar o jornal ou revistas é muito raro, tal como evidenciam os resultados apresentados. Quando comparamos, entre as duas aplicações, a frequência com que os alunos realizam algumas atividades não encontramos diferenças estatisticamente significativas.

Atividades	1 ^a aplicação \bar{x}	3 ^a aplicação \bar{x}
Tenho o hábito de comprar revistas	1,24	1,18
Leio jornais online	2,80	2,53
Ouço o noticiário na rádio	2,18	2,21
Ouço podcasts	2,35	2,38
Ouço música/programas de entretenimento na rádio	2,83	2,80
Consulto páginas de meios de comunicação social nas redes sociais	2,98	3,21

Funções associadas à tecnologia e aos dispositivos

Os resultados do questionário permitem encontrar tendências interessantes quanto às funções que os alunos associam às tecnologias e aos vários dispositivos que utilizam no seu dia a dia.


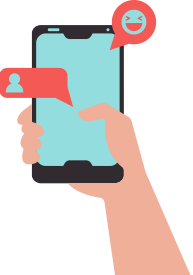

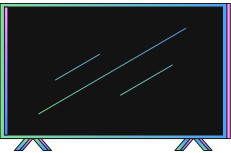
O uso da Internet é associado a uma grande variedade de funções que vão desde “entreter”, “informar” e “educar/cultura geral”. Encontraram-se diferenças estatisticamente significativas entre a 1.^a e a 3.^a aplicação assinaladas na tabela abaixo.

Internet	1ª aplicação %	3ª aplicação %
Informar	37,1%	54,2%
Entreter	29,8%	25,0%
Difundir publicidade	3,2%	6,9%
Educar/cultura geral	15,3%	5,6%
Estabelecer e manter contactos	14,5%	8,3%

A relação é significativa, $\chi^2(4) = 9.937$, $p = .041$. Há uma proporção mais elevada de alunos a escolher informar na 3ª aplicação e de alunos na 1ª aplicação a escolher educar/cultura geral.




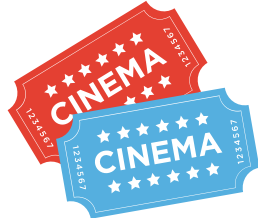
Funções associadas à tecnologia e aos dispositivos

Quando comparamos, entre as duas aplicações, não encontramos diferenças estatisticamente significativas.

	Informar	Entreter	Difundir publicidade	Educar/cultur a geral	Estabelecer e manter contactos
	1ª ap: 15,4% 3ª ap: 17,1%	1ª ap: 46,3% 3ª ap: 42,9%	1ª ap: 0,8% 3ª ap: 0%	1ª ap: 22,8% 3ª ap: 25,7%	1ª ap: 14,6% 3ª ap: 14,3%
	1ª ap: 1,6% 3ª ap: 1,4%	1ª ap: 50,4% 3ª ap: 51,4%	1ª ap: 5,6% 3ª ap: 4,2%	1ª e 3ª ap: 0%	1ª ap: 42,4% 3ª ap: 43,1%
	1ª ap: 1,6% 3ª ap: 1,4%	1ª ap: 44,7% 3ª ap: 43,7%	1ª ap: 0,8% 3ª ap: 0%	1ª ap: 1,6% 3ª ap: 1,4%	1ª ap: 51,2% 3ª ap: 53,5%
	1ª ap: 36,8% 3ª ap: 43,1%	1ª ap: 38,4% 3ª ap: 27,8%	1ª ap: 8,8% 3ª ap: 9,7%	1ª ap: 15,2% 3ª ap: 19,4%	1ª ap: 0,8% 3ª ap: 0%

Funções associadas à tecnologia e aos dispositivos

Quando comparamos, entre as duas aplicações, não encontramos diferenças estatisticamente significativas.

	Informar	Entreter	Difundir publicidade	Educar/cultur a geral	Estabelecer e manter contactos
	1ª ap: 40,3% 3ª ap: 35,2%	1ª ap: 45,2% 3ª ap: 52,1%	1ª ap: 2,4% 3ª ap: 4,2%	1ª ap: 12,1% 3ª ap: 8,5%	1ª e 3ª ap: 0%
	1ª ap: 86,4% 3ª ap: 90,3%	1ª e 3ª ap: 0%	1ª e 3ª ap: 0%	1ª ap: 13,6% 3ª ap: 9,7%	1ª e 3ª ap: 0%
	1ª ap: 40,8% 3ª ap: 38,9%	1ª ap: 39,2% 3ª ap: 36,1%	1ª ap: 8% 3ª ap: 18,1%	1ª ap: 12% 3ª ap: 6,9%	1ª e 3ª ap: 0%
	1ª e 3ª ap: 0%	1ª ap: 83,2% 3ª ap: 84,7%	1ª ap: 0,8% 3ª ap: 0%	1ª ap: 16% 3ª ap: 15,3%	1ª e 3ª ap: 0%


Síntese sobre as práticas e o consumo de media

No que se refere ao uso de meios de comunicação, não se observam diferenças estatisticamente significativas entre a 1ª e a 3ª aplicação do questionário:

- A tendência é a de um uso frequente das redes sociais por parte dos estudantes para se manterem informados, seguindo-se a televisão como o segundo meio usado com mais frequência.
- Em sentido oposto, verifica-se que o jornal impresso é o meio menos utilizado pelos estudantes, sendo possível observar uma média ligeiramente mais baixa na 3ª aplicação do questionário, o que indicia um decréscimo de uso deste meio ao longo dos anos, embora não seja estatisticamente significativo.

Considerando os diferentes meios e dispositivos, os resultados sugerem em ambos os momentos em que o questionário foi aplicado que:

- A Internet é o meio que a grande maioria prefere para se manter informada.
- Para os estudantes, o computador está muito associado ao entretenimento, seguindo-se também o seu uso em contextos de educação e cultura geral.
- Tanto as redes sociais como o smartphone destacam-se em atividades de entretenimento e quando os estudantes procuram estabelecer e manter contactos.



**CONTEÚDO
DOS MEDIA**





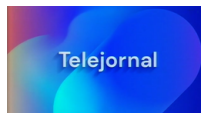

Corresponder nomes dos programas ao tipo de conteúdo que eles integram

Foi pedido, aos estudantes para identificar o género (informação, opinião ou entretenimento) de vários programas televisivos. Não foram identificadas diferenças estatisticamente significativas entre as duas aplicações, mas é visível que parece existir menor grau de certeza na classificação do formato televisivo de entretenimento que ocupa as manhãs do canal TVI (Dois às 10) e no programa de cultural geral do canal RTP1 (Joker).

Programa 	Tipologia	1ª aplicação %	3ª aplicação %
 (TVI)	Entretenimento	86,2%	86,1%
 (RTP)	Entretenimento	65,3%	70,8%
 (SIC)	Entretenimento	93,5%	93%
 (RTP)	Informação	96,7%	100%
 (TVI)	Entretenimento	60,5%	62,5%
 (TVI)	Entretenimento	95,1%	93,1%

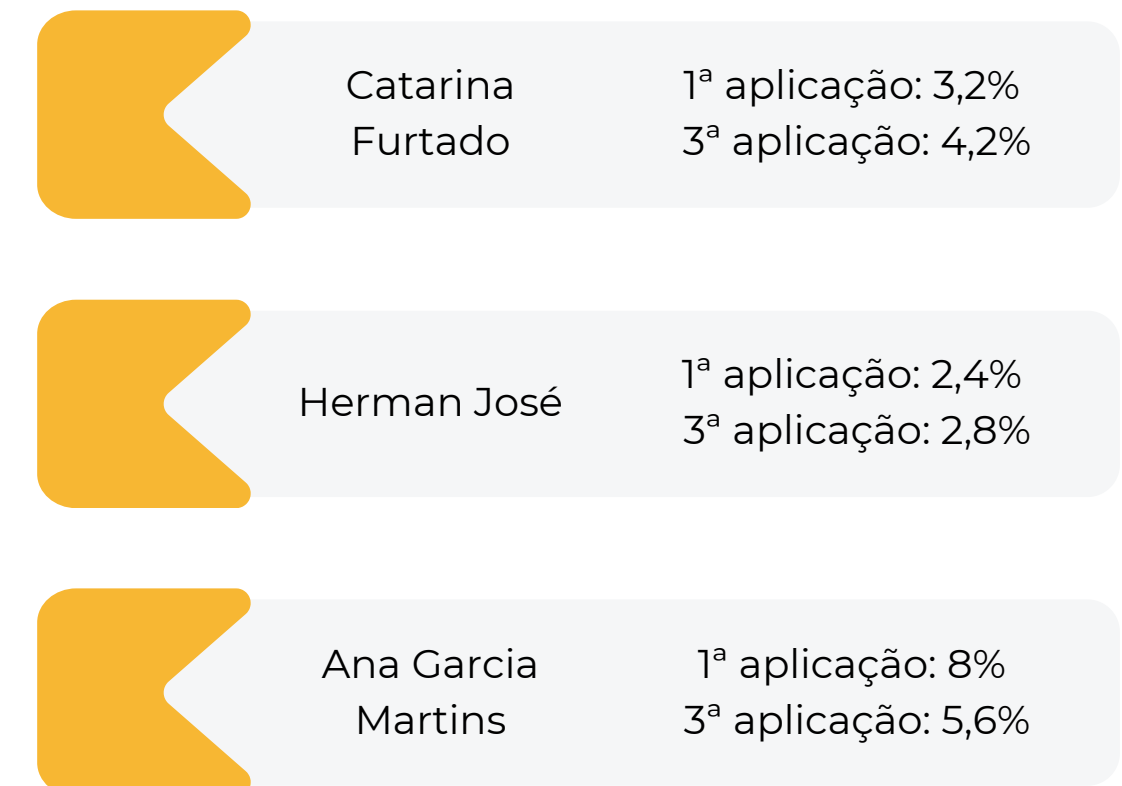
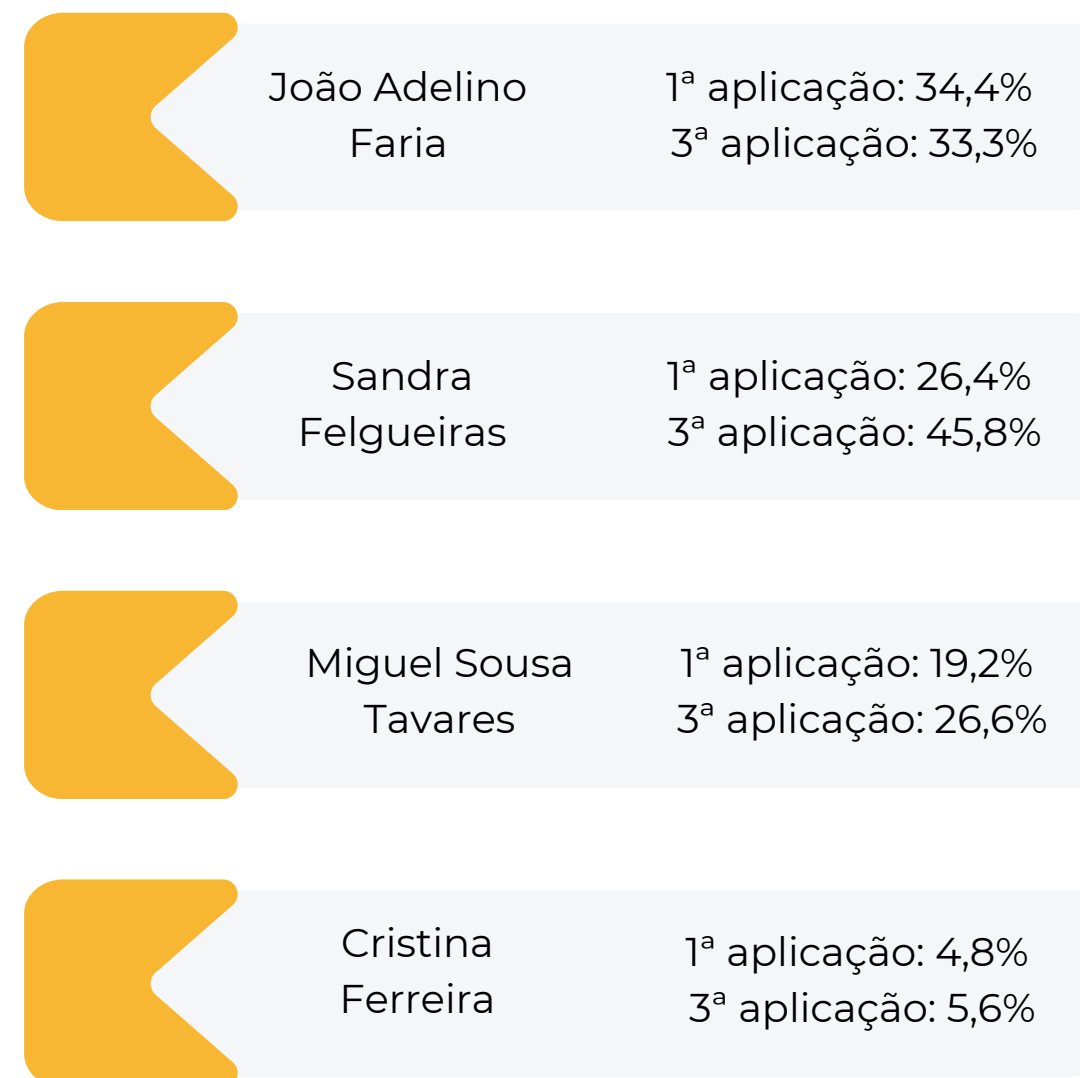
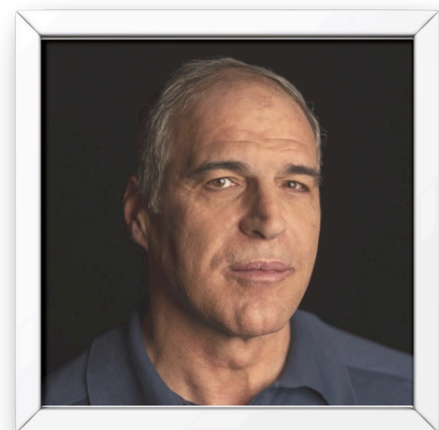
Corresponder nomes dos programas ao tipo de conteúdo que eles integram

Já no formato televisivo de investigação Sexta às 9 (emitido semanalmente pela RTP) conseguimos perceber que cerca de metade dos respondentes não classificaram o programa como informativo.

Programa 	Tipologia	1ª aplicação %	3ª aplicação %
 (SIC)	Opinião	83,6%	73,2%
 (RTP)	Informação	56,1%	47,2%
 (SIC)	Entretenimento	96,7%	90,3%
 (RTP)	Informação	97,6%	97,2%
 (SIC)	Entretenimento	86,2%	85,9%

Assinalar os nome dos pivots de informação dos canais generalistas

Quando lhes foi pedido para identificarem, perante uma lista já existente, os nomes dos pivots de informação, conseguimos perceber que aqueles que suscitaram menos dúvidas foram os nomes de Rodrigo Guedes de Carvalho (86,1%), José Alberto Carvalho (80,6%) e Bento Rodrigues (75%). Já no caso de João Adelino Faria e Sandra Felgueiras, os estudantes demonstram um maior grau de incerteza. Ainda que de forma residual (com números entre os 2,4% e os 8%), é importante notar que os apresentadores de formatos de entretenimento presentes na lista foram identificados por alguns estudantes como pivots de informação, o que pode indiciar a confusão entre informação e entretenimento.



Síntese sobre o conteúdo dos media

No que se refere ao conteúdo dos media, não se observam diferenças estatisticamente significativas entre a 1ª e a 3ª aplicação do questionário:

- Os estudantes conseguem distinguir os programas de informação e os programas de entretenimento, ainda que subsistam dúvidas relativamente a um programa de cultura geral, a um formato de jornalismo de investigação e a um programa de entretenimento que ocupa as manhãs de um canal generalistas.
- As respostas denotam ainda um conhecimento acerca dos pivots de informação, com destaque para o maior grau de conhecimento de três nomes.
- Parecem subsistir dúvidas (ainda que residuais) acerca de três personalidades do entretenimento (dois apresentadores e uma influenciadora digital com um espaço de comentário televisivo num programa de entretenimento) que alguns estudantes consideram ser pivots de informação.

Considerando os conteúdos dos media, aqui consubstanciados na divisão e distinção entre informação e entretenimento, os resultados sugerem em ambos os momentos em que o questionário foi aplicado que:

- Os estudantes conhecem os programas televisivos informativos e os programas televisivos de entretenimento.
- As dúvidas (residuais) na classificação dos pivots de informação, parecem estar relacionados com um eventual desconhecimento do conceito de pivot.



JORNALISMO COMO PROFISSÃO

Conhecer as especificidades da profissão do jornalista

Perante as afirmações relacionadas com a profissão do jornalista, há a destacar a possibilidade (errada) de pagar por manchetes de jornais. Neste caso, os alunos, na 3ª aplicação do questionário, discordam significativamente mais da afirmação. O ponto mais importante a realçar prende-se com a ideia (errada) de que as fake news são notícias falsas publicadas pelos meios de comunicação social. A afirmação é falsa e conclui-se que os alunos responderam de forma incorreta, visto que concordaram significativamente com esta afirmação.

Afirmação	1ª aplicação \bar{x}	3ª aplicação \bar{x}
Para exercer a profissão, todos os jornalistas são obrigados a pedir uma Carteira Profissional	4,7	4,6
As notícias escolhidas para manchete dos jornais são pagas pelas pessoas que as querem promover	3,0	2,5
Os programas de entretenimento integram jornalistas sujeitos ao código deontológico	3,3	3,1
Fake news são notícias falsas publicadas pelos meios de comunicação social	3,9	3,8
O jornalista tem como missão ouvir todos os lados envolvidos na notícia	5,0	4,9

Conhecer as especificidades da profissão do jornalista

No âmbito da imparcialidade jornalística, os estudantes, sobretudo na 3.^a aplicação, demonstram discordar da afirmação sobre a notícia poder conter o ponto de vista do jornalista. Já no que diz respeito à possibilidade (deontologicamente condenável) de pagar a uma fonte, há uma tendência para discordar, sobretudo na última aplicação. No que toca aos pedidos de embargo, os estudantes posicionam-se entre o concordo em parte e o discordo em parte, mas é de realçar que os alunos, na 3.^a aplicação, discordam significativamente mais da afirmação.

Afirmação	1. ^a aplicação \bar{x}	3. ^a aplicação \bar{x}
Uma notícia pode conter o ponto de vista do jornalista	2,9	2,3
É justificável pagar a uma fonte para que ela forneça informação de interesse	3,1	3
O jornalista não é obrigado a respeitar os pedidos de embargo	3	2,1
A separação entre publicidade e notícia deve ficar bem clara aos olhos do público	5	4,9
O jornalista tem o dever de retificar a informação que se revele falsa ou inexata	4,9	4,9

Síntese sobre o jornalismo como profissão

No que se refere ao jornalismo como profissão, não se observam diferenças estatisticamente significativas entre a 1ª e a 3ª aplicação do questionário:

- Perante algumas afirmações que se prendem com especificidades da profissão do jornalista, numa escala com cinco possibilidades (concordo, concordo em parte, discordo, discordo em parte, não sei) os inquiridos demonstram conhecer bem a obrigatoriedade do título profissional e as questões relacionadas com a imparcialidade do jornalista.
- As respostas denotam ainda um conhecimento dos deveres deontológicos que se prendem com a identificação da publicidade e retificação da informação.
- Parecem subsistir dúvidas acerca da abertura de programas de entretenimento a jornalistas.
- Perante a afirmação “fake news são notícias falsas publicadas pelos meios de comunicação social, o facto de os inquiridos tenderem a concordar, demonstra a confusão entre desinformação e notícias erradas.

Considerando o jornalismo como profissão, os resultados sugerem em ambos os momentos em que o questionário foi aplicado que:

- Os estudantes conhecem as especificidades da profissão, essencialmente as que se relacionam com a imparcialidade e outros deveres de ordem deontológica dos jornalistas
- As diferenças estatísticas mais significativas denotam que na última aplicação os estudantes demonstram menos dúvidas nas questões relacionadas com entretenimento, pedidos de embargo e pagamento de notícias.



INFORMAÇÃO E OPINIÃO

Distinguir informação de opinião

Excerto 1 - Informação

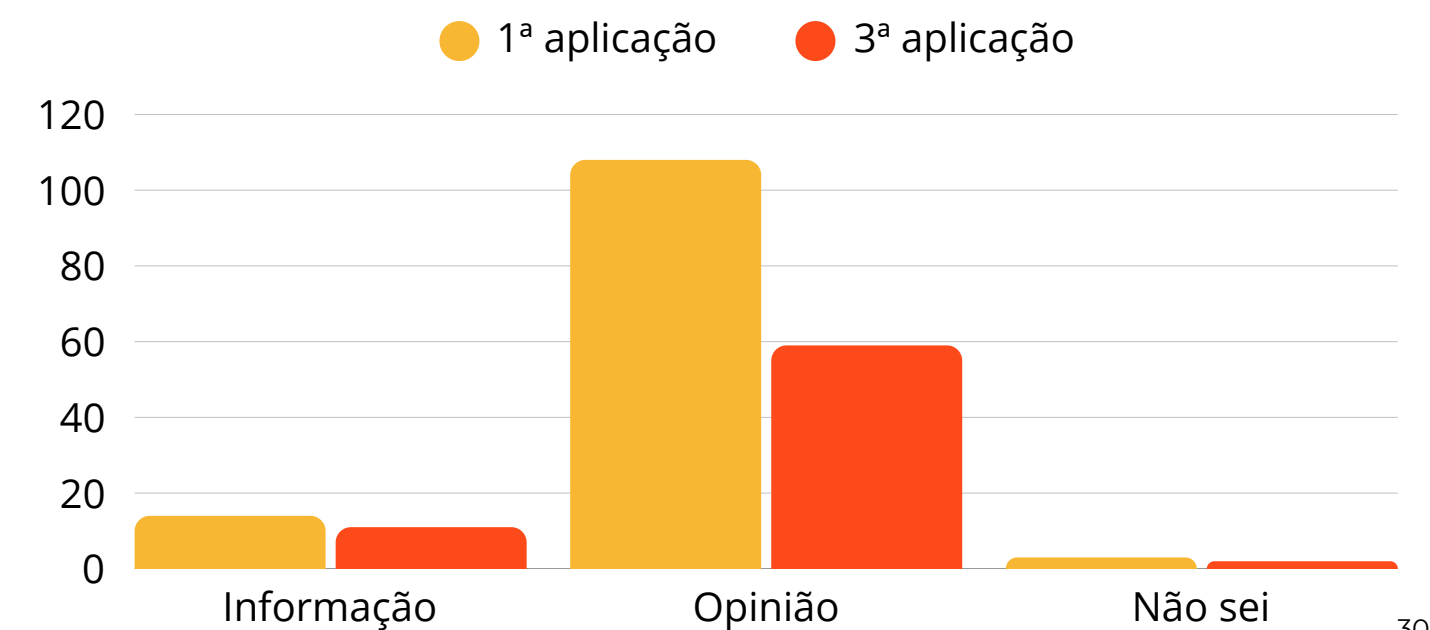
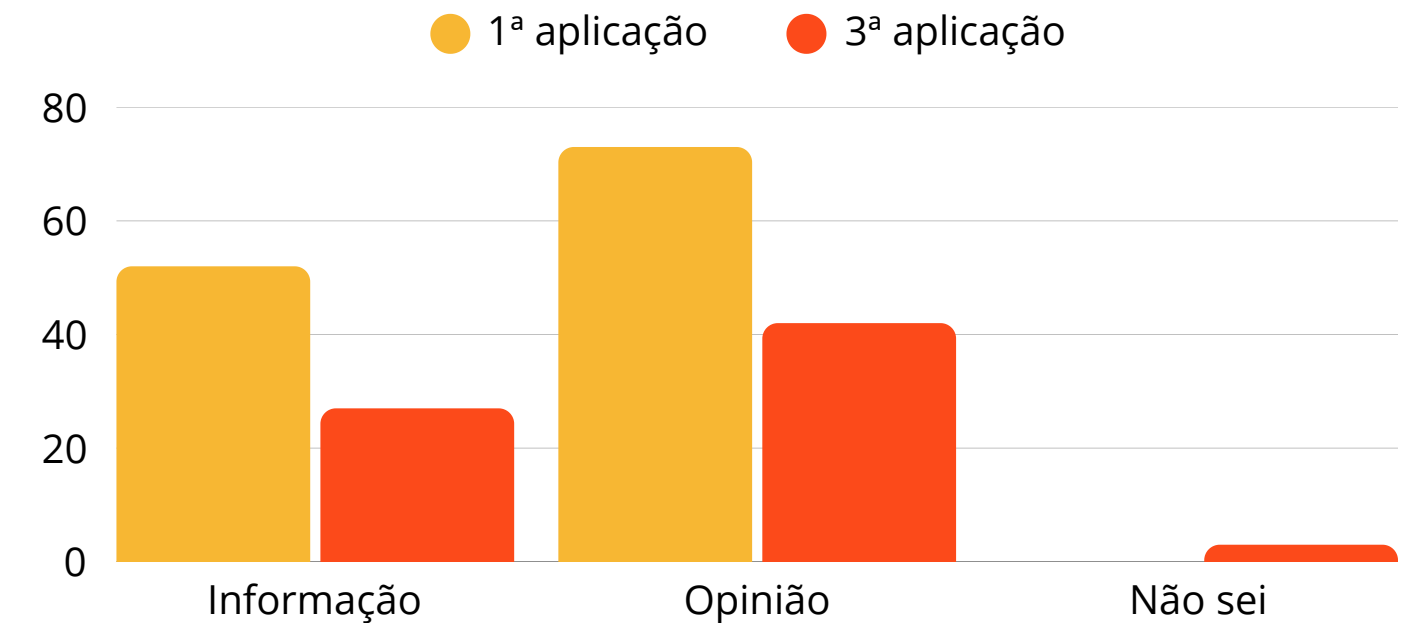
Longe de serem situações ideais, a pandemia e o confinamento não são, também, a sentença de um futuro negro na área da saúde mental que muitos anteviam. Quem o diz é Steven Taylor, psicólogo e professor na Universidade da Colúmbia Britânica, no Canadá.

No excerto 1, onde a fonte responsável pelas afirmações está identificada na segunda frase, parecem subsistir muitas dúvidas entre os alunos, dado que, em ambas as aplicações, um número significativo de respondentes identificou o texto como opinião

Excerto 2 - Opinião

A remissão do pecado para Nuno Crato, que está fora de jogo há mais de uma legislatura, não é apenas ridícula: é contraproducente e perigosa. Porque tenta encontrar uma resposta a um problema grave e complexo como o da avaliação dos nossos alunos através da menção de um simples bode expiatório.

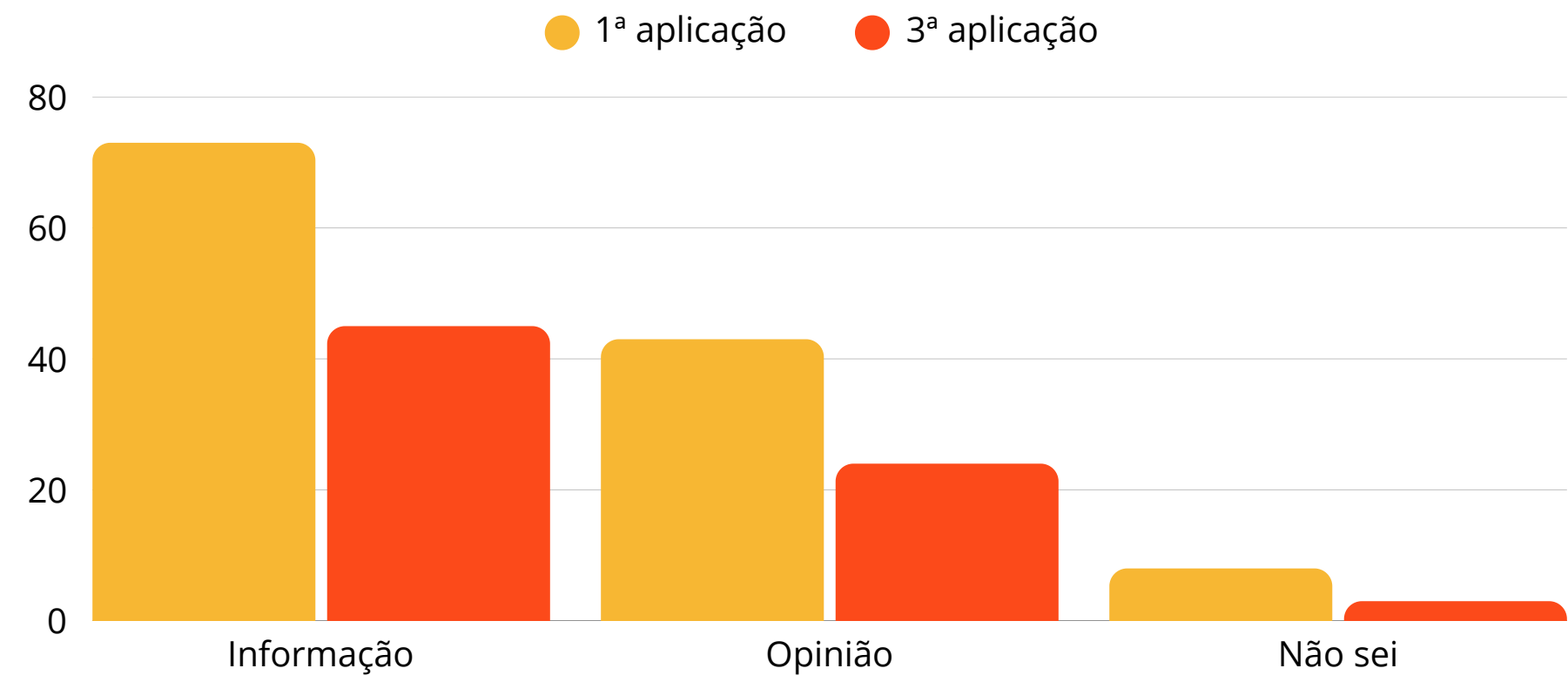
Já perante o excerto 2, que continha afirmações subjetivas e até juízos de valor sobre o então ministro Nuno Crato, o número de alunos que considera o texto como informação não é significativo.



Distinguir informação de opinião

Excerto 3 - Opinião

O coronavírus não ataca só o ser humano; também ataca uma das causas mais profundas da crise política em que vivemos há 30 anos: a afirmação de que os governos não podem fazer nada contra as “leis económicas”. A crise sanitária veio revelar que as decisões políticas podem ignorar (mesmo que momentaneamente) os sacrossantos equilíbrios económicos.



O excerto 3, outro dos exemplos de artigo de opinião apresentados, verifica-se mais uma vez uma série de afirmações subjetivas, mas de forma menos expressiva do que no excerto anterior.

O número de alunos que considera o texto como informação denota algumas dificuldades, sobretudo no que diz respeito à primeira aplicação, ou seja, aos estudantes do 1.º ano.

Distinguir informação de opinião

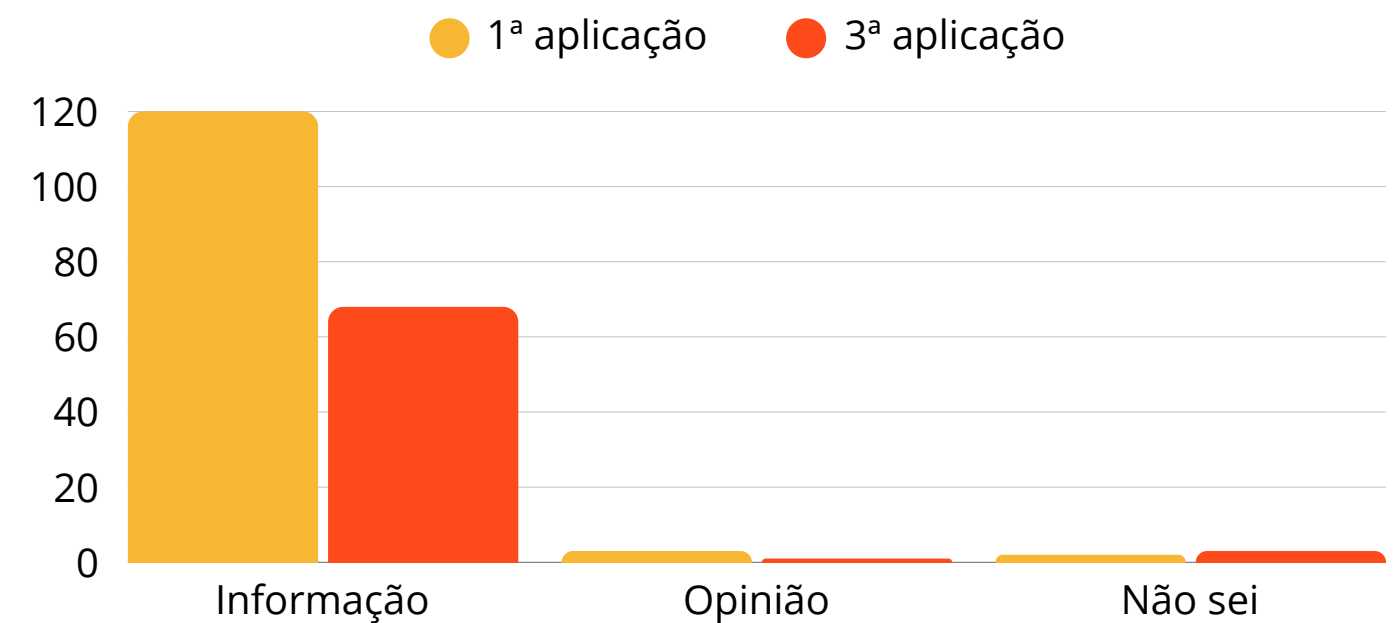
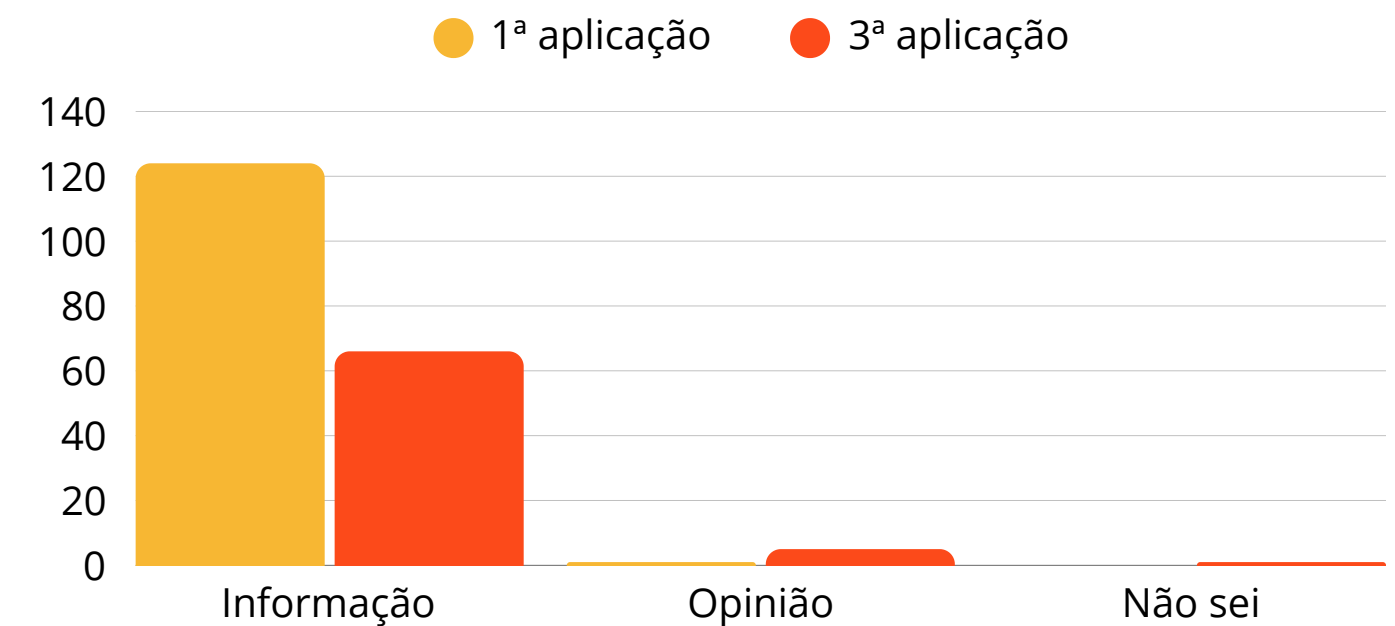
Excerto 4 - Informação

O **corte geral de 25% nos salários** que faz parte **do plano de reestruturação da TAP** terá excepções que, de acordo com o Sitava – Sindicato dos Trabalhadores da Aviação e Aeroportos (pessoal de terra), só irão abranger os trabalhadores com vencimentos até 700 euros - ligeiramente acima do salário mínimo, actualmente nos 635 euros.

Excerto 5 - Informação

O Parlamento prepara-se para dar o pontapé de saída nos trabalhos da nova comissão de inquérito ao Novo Banco, que vai **analisar as perdas registadas pela instituição financeira e imputadas ao Fundo de Resolução**, e que toma posse na terça-feira, às 12h. As conclusões devem ser conhecidas até Abril, ainda antes de a instituição liderada por António Ramalho receber o cheque do Fundo de Resolução, caso haja lugar a uma nova injeção de capital referente a 2020.

O excerto 4 e o excerto 5, mais dois exemplos de notícias, com as fontes claramente identificadas, foram aqueles que suscitaram menos dúvidas aos estudantes em ambas as aplicações.

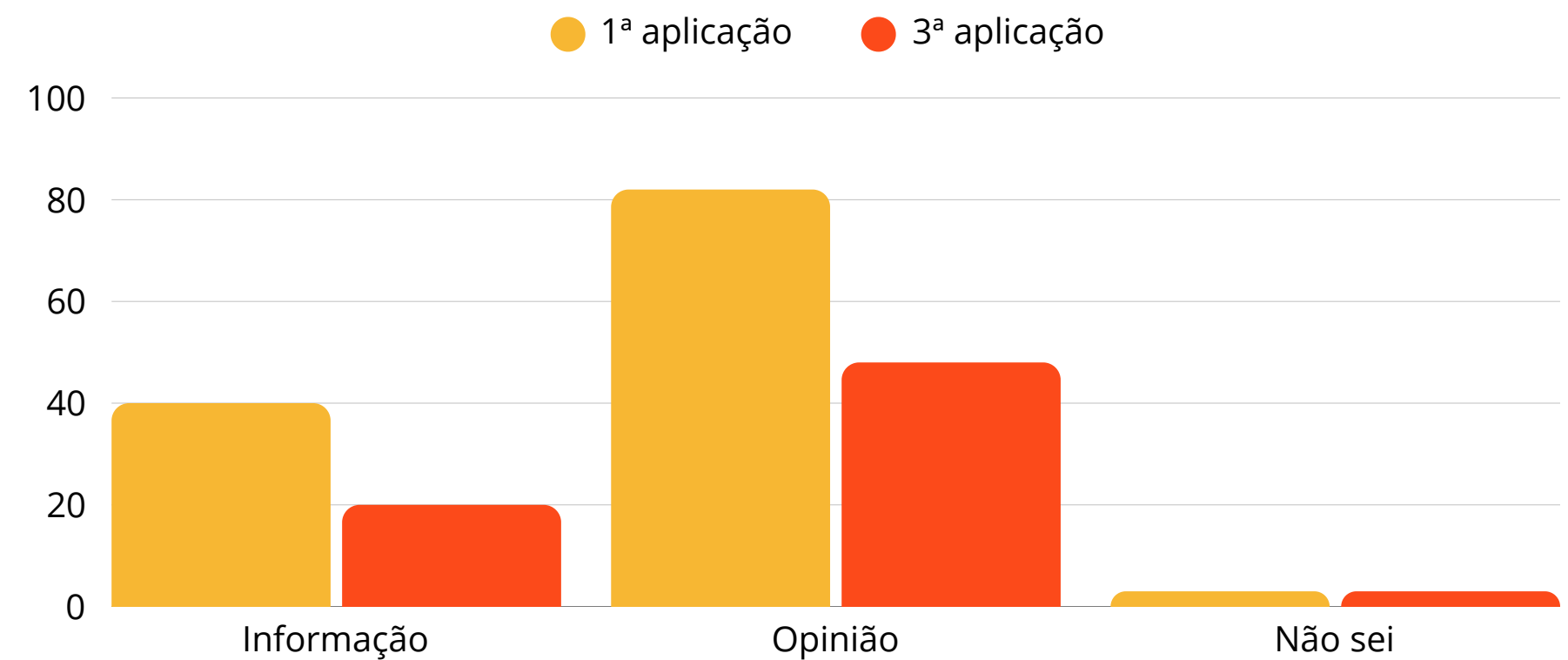


Distinguir informação de opinião

Excerto 6 - Opinião

https://www.observador.pt/2021/01/06/

O ataque ao Capitólio dos EUA tem um culpado: Donald Trump. Não restam dúvidas quanto a isso e até o líder dos republicanos no Senado o admite. Mitch McConnell foi particularmente claro, ao dizer que o ex-Presidente é “moralmente responsável por ter provocado” a invasão de 6 de Janeiro. Novas revelações reforçam o envolvimento directo ou indirecto de Trump no que se passou.



Por último, perante o excerto 6, um artigo de opinião com afirmações categóricas suportadas pela partilha de opinião de uma personalidade política, verifica-se que o número de alunos que considera o texto como informativo foi maior na primeira aplicação.

Síntese sobre informação e opinião

Perante vários excertos de textos informativos e opinativos, foi pedido aos estudantes que identificassem cada um dos géneros. Neste campo, não se observam diferenças estatisticamente significativas entre a 1ª e a 3ª aplicação do questionário:

- Perante textos informativos com a fonte devidamente identificada, há dois casos (excertos 4 e 5) que não suscitam dúvidas aos inquiridos. No entanto, no caso do excerto 1, a maioria dos estudantes não reconhece o texto como notícia e sim como artigo de opinião, sobretudo na 1.ª aplicação.
- Face aos textos de opinião apresentados, aqueles que suscitaram mais dúvidas foram os excertos 3 e 6, com um maior número de respostas erradas na 1.ª aplicação.

Considerando a informação noticiosa e os artigos de opinião, os resultados sugerem um melhor desempenho dos alunos na 3.ª aplicação:

- Os estudantes conseguem distinguir informação de opinião quando as citações estão devidamente identificadas ou quando o discurso subjetivo e opinativo não está atribuído a ninguém. De notar que, ainda assim, parecem ser menos capazes de identificar géneros jornalísticos na imprensa escrita, face à capacidade de distinguir géneros televisivos (informação e entretenimento).
- As diferenças estatísticas mais significativas denotam que na última aplicação os estudantes demonstram menos dúvidas nesta classificação.



SETOR DOS MEDIA EM PORTUGAL E NO MUNDO

Empresas que operam no setor da comunicação social em Portugal e no mundo

Os estudantes demonstram algum desconhecimento face aos grupos mediáticos portugueses. O facto de a SIC pertencer ao grupo Impresa foi a resposta que gerou menos dúvidas (sobretudo na 1.ª aplicação), bem como a indicação do Correio da Manhã como parte do grupo Cofina. Em sentido contrário, há menor número de estudantes a saberem que a Mega Hits pertence ao Grupo Renascença e que a Rádio Comercial se integra no mesmo grupo da rádio M80.

Meio de Comunicação	Grupo	1ª aplicação %	3ª aplicação %
	Impresa	79,7%	51,4%
	Renascença	60,5%	56,9%
	Sonae	65,8%	66,7%
	M80	61%	58,3%
	Cofina	70,7%	65,3%

Empresas que operam no setor da comunicação social em Portugal e no mundo

Perante o pedido para identificar canais de televisão generalistas portugueses, a SIC e a TVI são os dois canais mais nomeados. Embora a RTP1 e a RTP sejam o mesmo canal de televisão, verifica-se que os alunos da 1ª e da 3ª aplicação indicaram corretamente um canal televisão generalista português. Porém, a CMTV é considerada um canal de televisão especializado, mais especificamente um canal informativo.

Respostas	1ª aplicação %	3ª aplicação %
RTP1	9,3%	30,6%
TVI	32,6%	93,1%
RTP	23,3%	63,9%
CMTV	1,1%	2,8%
SIC	33,7%	95,8%

Empresas que operam no setor da comunicação social em Portugal e no mundo

Face ao pedido para identificar jornais semanais generalistas portugueses, observa-se que os alunos não sabem nomear os jornais semanais portugueses, visto que a maior parte das respostas recolhidas (Jornal de Notícias, Público, Correio da Manhã) correspondem a jornais diários e há ainda a enumeração de diários desportivos (A Bola e Record), semanários económicos, revistas semanais e de jornais televisivos (Jornal da Noite e Jornal das 8).

Respostas	1ª aplicação %	3ª aplicação %	Respostas	1ª aplicação %	3ª aplicação %	Respostas	1ª aplicação %	3ª aplicação %
Jornal Económico	3,5%	1,4%	Jornal das 8	4%	6,9%	O Século	3,5%	1,4%
Jornal de Notícias	7%	12,5%	Semanário	0,5%	1,4%	Observador	7%	12,5%
Público	16,6%	30,6%	Diário de Notícias	12,6%	8,3%	Caras	16,6%	30,6%
Sábado	7,5%	8,3%	Correio da Manhã	10,6%	25%	Avante	7,5%	8,3%
Visão	6,5%	8,3%	Sol	8%	11,1%	Económico	6,5%	8,3%
Jornal da Noite	1%	11,1%	A Bola	1%	5,6%			
Expresso	15,6%	31,9%	Record	-	2,8%			



Empresas que operam no setor da comunicação social em Portugal e no mundo

Quando lhes é pedido para identificar estação de rádio nacional informativa portuguesa, observa-se que uma parte dos alunos não sabe identificar quais são as estações de rádio nacionais informativas portuguesas, visto que a maior parte das respostas recolhidas correspondem a rádios de entretenimento. Ainda assim, a TSF e a Antena 1 são as duas rádio corretamente identificadas pela maioria dos estudantes.

Respostas	1ª aplicação %	3ª aplicação %
TSF	62,5%	68,1%
Renascença	9,2%	5,6%
Rádio Comercial	2,5%	2,8%
Antena 1	21,7%	8,3%
RFM	2,5%	5,6%
MegaHits	-	1,4%
M80	0,8%	-

Empresas que operam no setor da comunicação social em Portugal e no mundo

Perante o pedido para identificar a nacionalidade dos canais de televisão BBC e Fox News, os estudantes demonstram conhecer o país de origem dos canais. Ainda assim, há uma menor taxa de sucesso na correta identificação dos mesmos na 3.ª aplicação do questionário.

Meio de Comunicação	Nacionalidade	1ª aplicação %	3ª aplicação %
	Britânico	78,2%	73,6%
	Norte-americano	92%	83,3%

Empresas que operam no setor da comunicação social em Portugal e no mundo

A maioria dos estudantes demonstra ser capaz de identificar um jornal francês. O jornal Le Monde foi o mais nomeado pelos inquiridos. De realçar a inserção do nome de uma agência de notícias (France Press) e de jornais inexistentes (Le Publique).

Respostas	1ª aplicação %	3ª aplicação %	Respostas	1ª aplicação %	3ª aplicação %
L'Equipe	8%	2,8%	Le Temps	1,8%	1,4%
Le Monde	76,8%	56,9%	Le Publique	0,9%	4,2%
Le Parisien	1,8%	1,4%	Le Figaro	6,3%	8,3%
Charlie Hebdo	3,6%	1,4%	France Press	0,9%	1,4%

Empresas que operam no setor da comunicação social em Portugal e no mundo

A maioria dos estudantes demonstra ser capaz de identificar um jornal espanhol.
O jornal El País foi o mais nomeado pelos inquiridos.

Respostas	1ª aplicação %	3ª aplicação %	Respostas	1ª aplicação %	3ª aplicação %
El País	63,7%	34,7%	HOLA	-	1,4%
Marca	18,6%	16,7%	AS	1%	2,8%
El Mundo	11,8/%	6,9%	La Vanguardia	2%	-
ABC	-	1,4%	La Gazzeta	2,9%	-

Síntese sobre setor dos media em Portugal e no mundo

Avaliados os conhecimentos dos estudantes sobre o setor dos media em Portugal e no mundo, observam-se diferenças estatisticamente significativas entre a 1ª e a 3ª aplicação do questionário:

- No que toca aos grupos de media nacionais, há mais estudantes a identificar corretamente o grupo Impresa e o Grupo Cofina na primeira aplicação.
- Quando lhes é pedido para identificarem jornais semanais generalistas portugueses, os estudantes demonstram muitas dificuldades e apenas uma pequena parte identifica o jornal Expresso. Neste campo é de notar que na 1.ª aplicação só 15% dos estudantes responderam corretamente e na 3.ª aplicação esta percentagem duplicou.
- Perante a necessidade de identificar uma estação de rádio informativa nacional, há um número maior de estudantes a fazê-lo corretamente na primeira aplicação.
- No que toca aos media internacionais, a taxa de respostas corretas é mais elevada na primeira aplicação

Considerando o setor dos media em Portugal e no mundo, os resultados sugerem que:

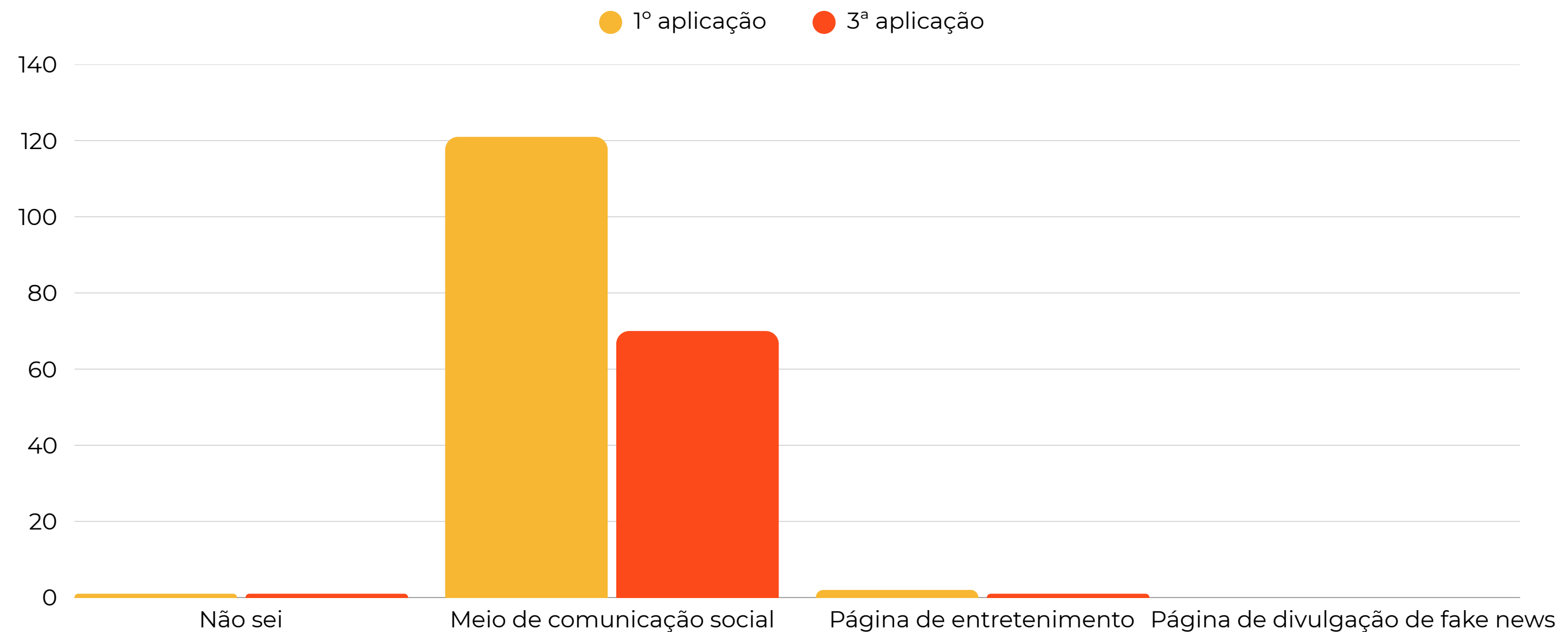
- Os estudantes conhecem meios informativos internacionais e demonstram isso identificando a nacionalidade de alguns meios e nomeando, eles próprios, outros meios.
- Os estudantes demonstram muitas dificuldades na compreensão os conceitos de periodicidade nos jornais e tema na rádio. Por outro lado, quando o assunto é televisão, parecem existir menos dificuldades em nomear canais televisivos generalistas, dado que apenas 1 a 2% dos inquiridos não o conseguiu fazer.

DESINFORMAÇÃO E FAKE NEWS



Distinguir notícias de fake news

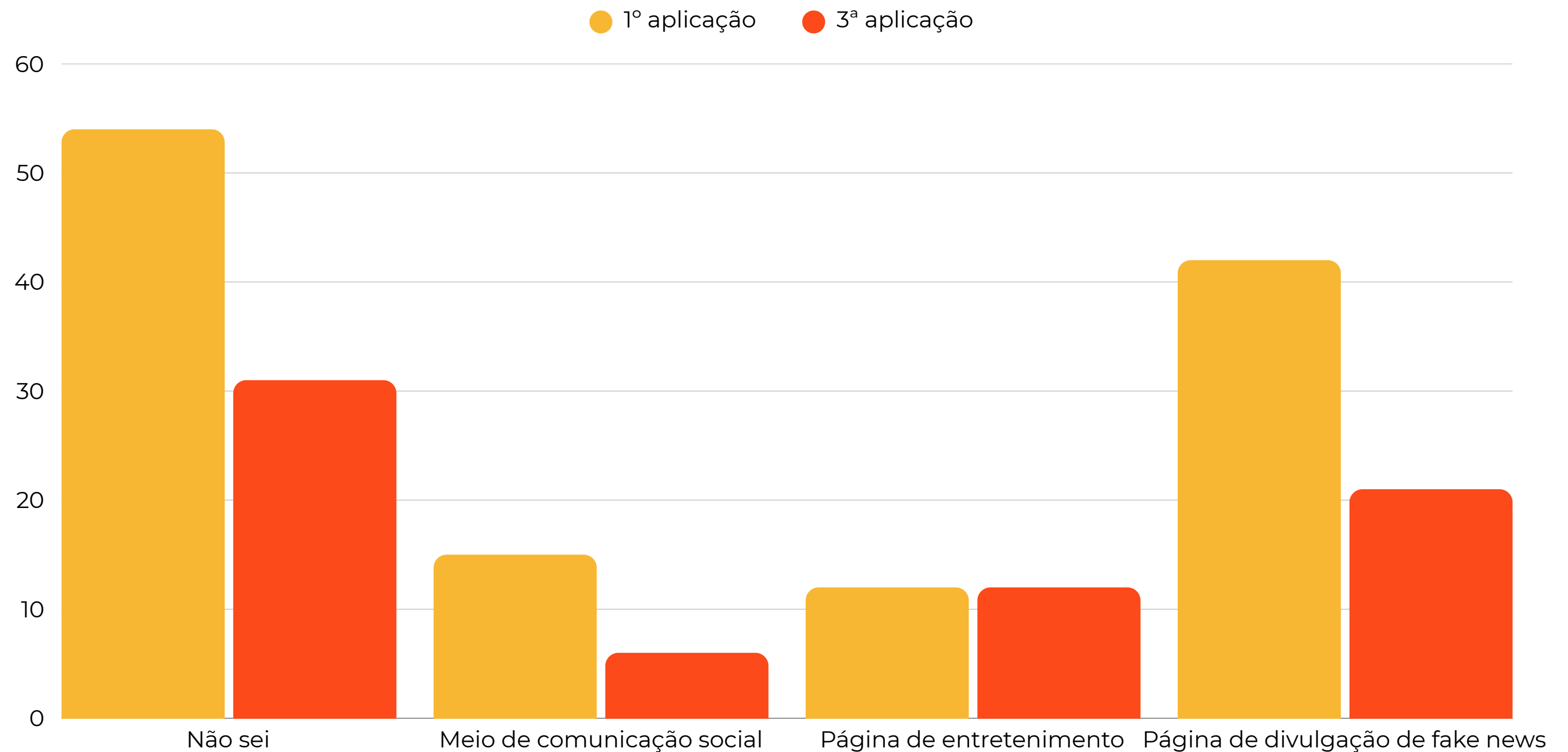
Diário de Coimbra Quase todos os estudantes identificaram corretamente o jornal regional Diário de Coimbra como um órgão de comunicação social.



Distinguir notícias de fake news

CONTRA FATOS !

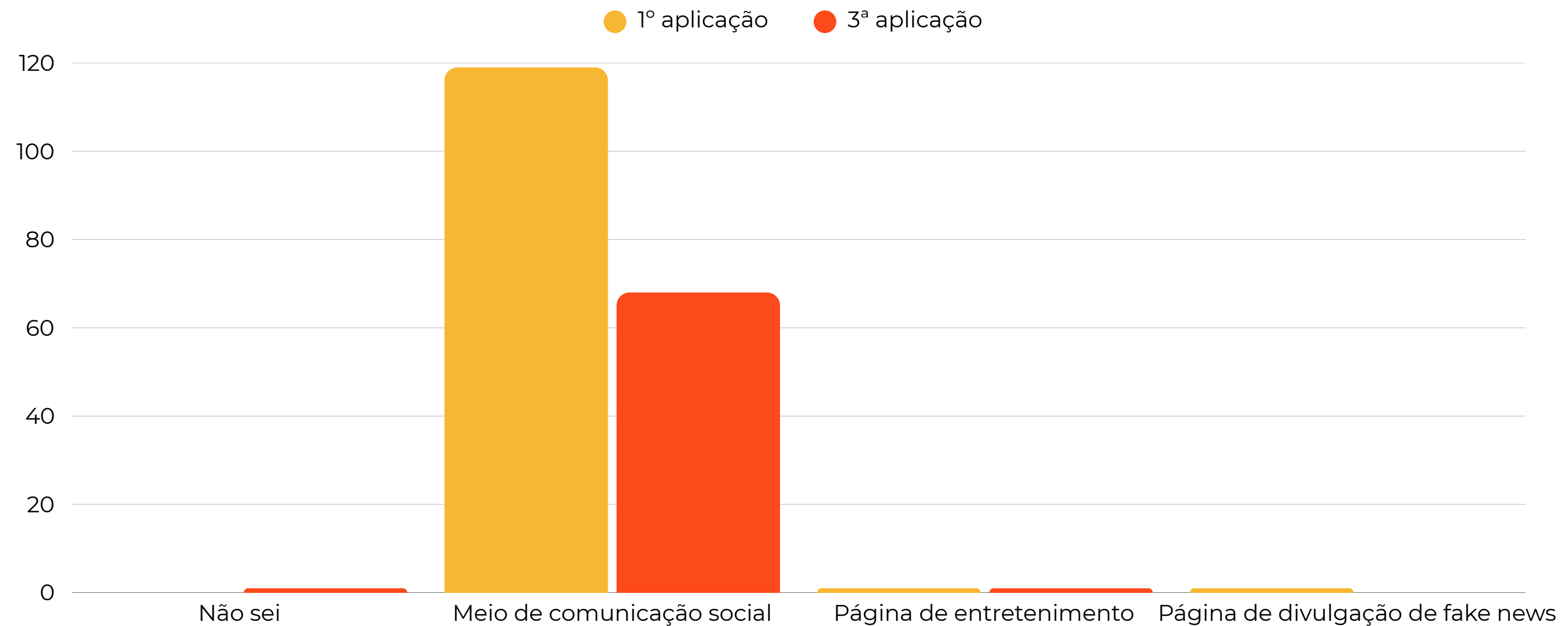
A grande maioria dos estudantes não tem certeza quanto à página Contra Fatos. Ainda assim, um número significativo de estudantes classifica-a como página de divulgação de fake news



Distinguir notícias de fake news

Expresso

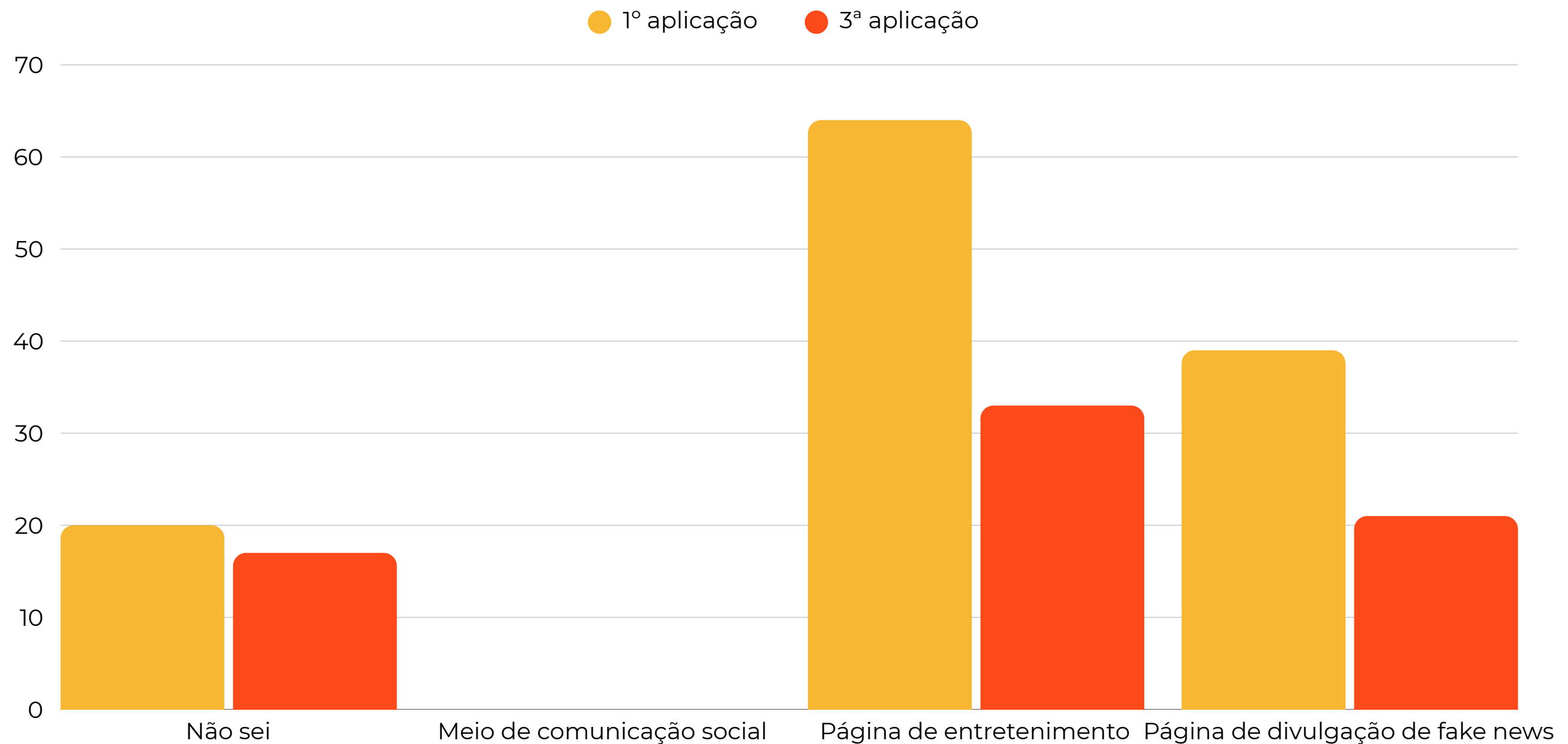
Quase todos os estudantes identificaram corretamente o jornal semanal nacional Expresso como um órgão de comunicação social.



Distinguir notícias de fake news



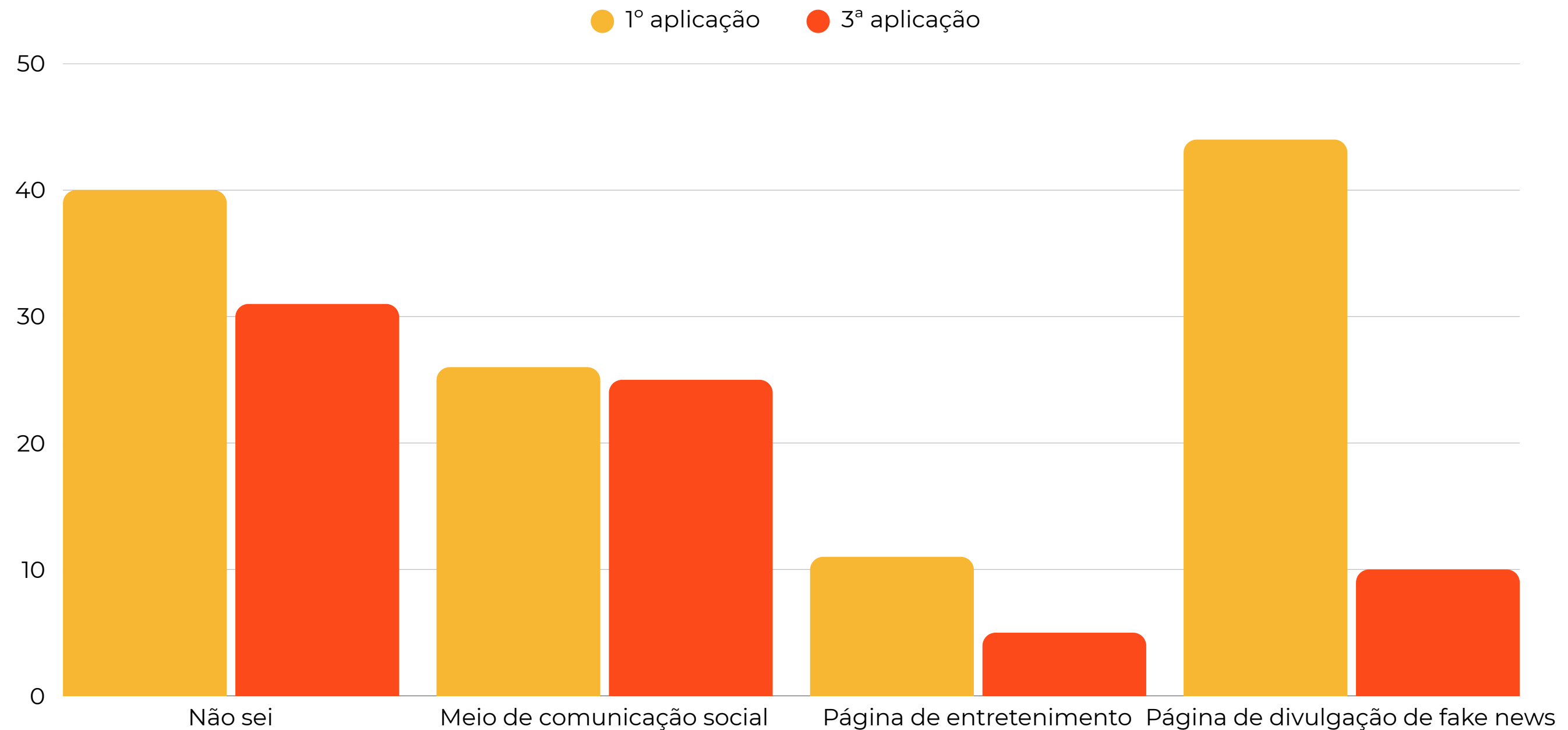
A classificação da plataforma de entretenimento Tá Bonito gerou muitas dúvidas entre os inquiridos. A maioria dos jovens classificou o conteúdo da página como “entretenimento”, mas para um número significativo de estudantes trata-se de uma página de divulgação de fake news.



Distinguir notícias de fake news

Bombeiros
Portugueses

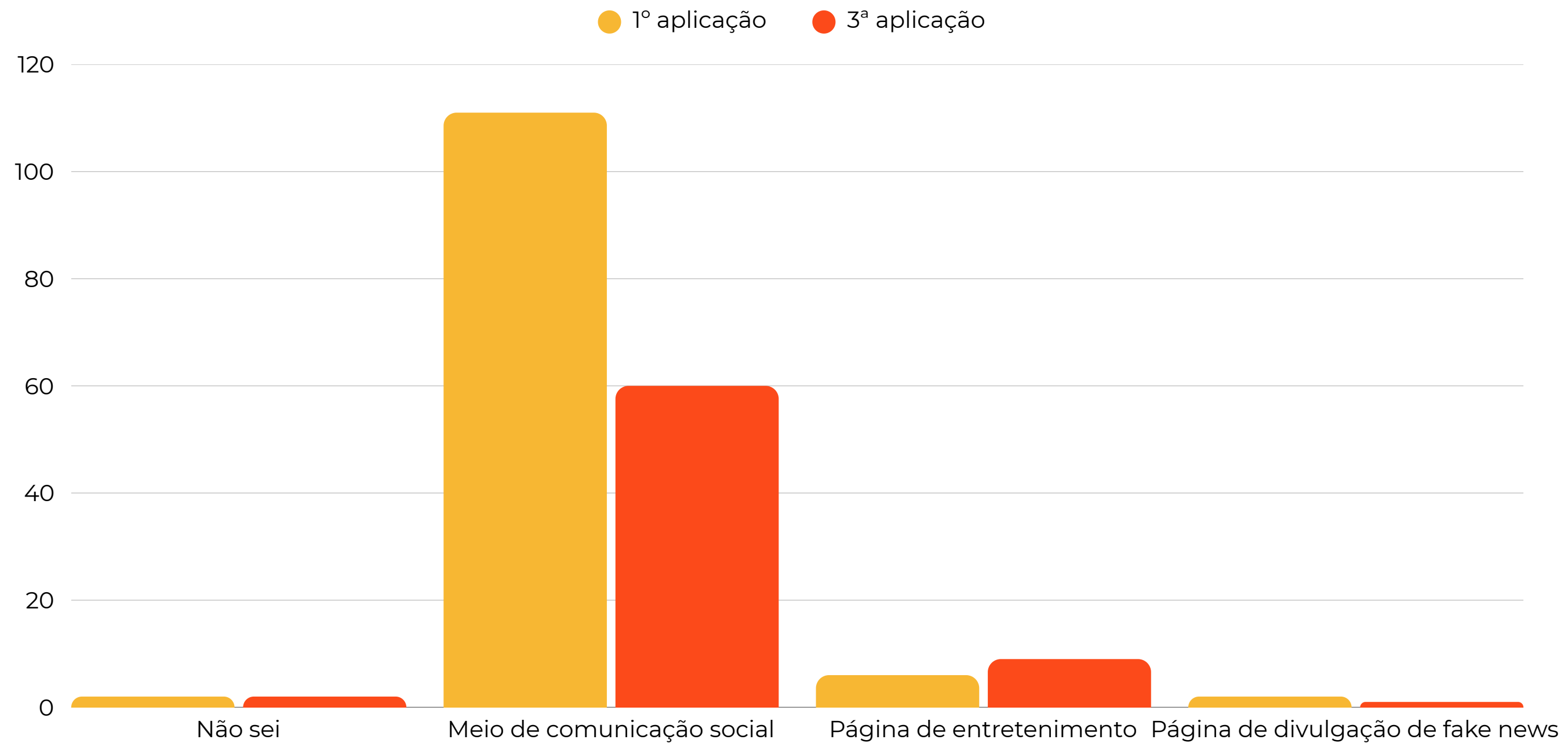
A classificação da página de desinformação Bombeiros Portugueses (entretanto eliminada) foi a que gerou mais dúvidas. A classificação como página de divulgação de fake news é mais significativa na primeira aplicação, mas é de sublinhar o elevado número de estudantes que a coloca na categoria de meio de comunicação social.



Distinguir notícias de fake news



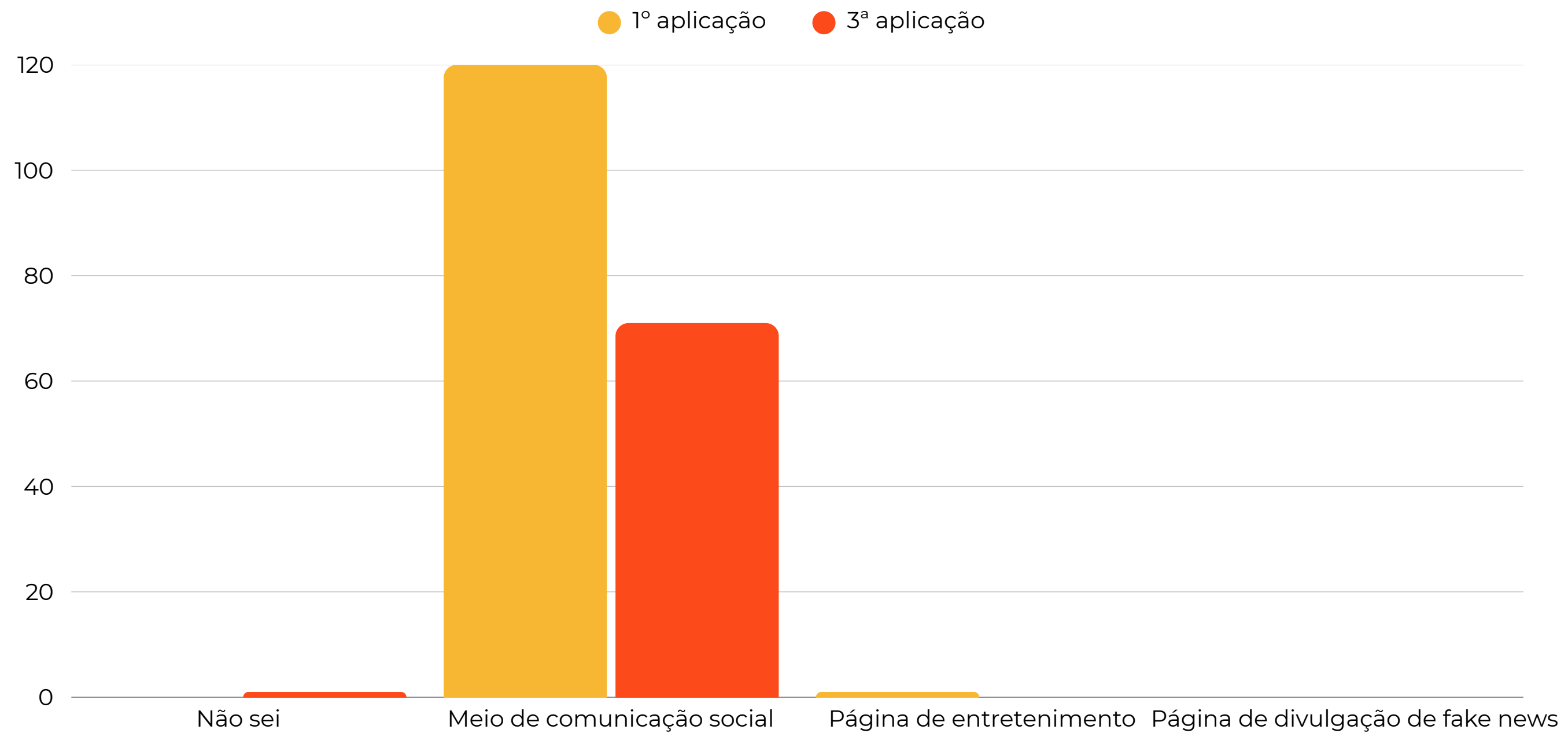
Quase todos os estudantes identificaram corretamente o canal de televisão regional Porto Canal como um órgão de comunicação social.



Distinguir notícias de fake news



Quase todos os estudantes identificaram corretamente o jornal nacional generalista Público como um órgão de comunicação social.

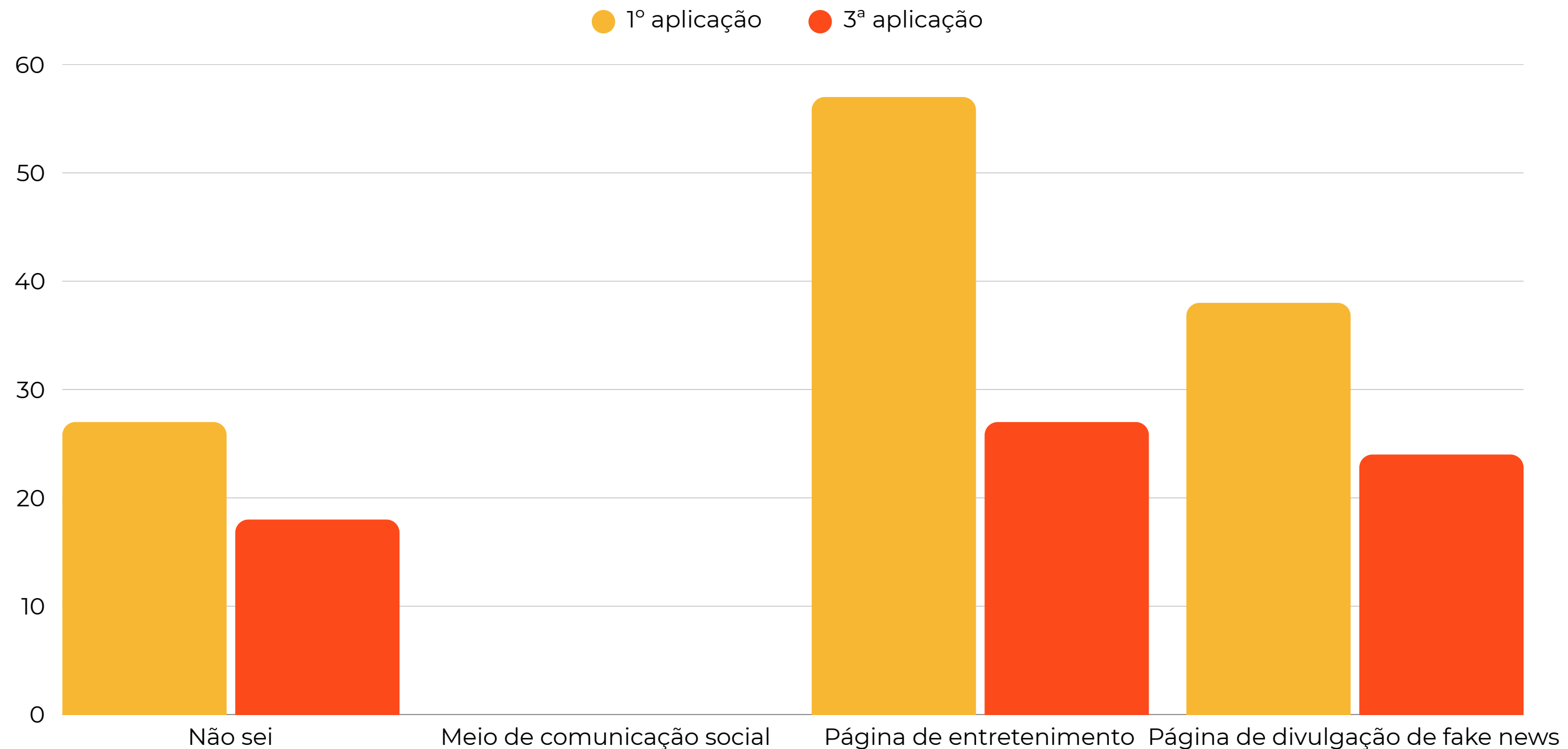


Distinguir notícias de fake news

DIOGUINHO

A classificação da plataforma de entretenimento Dioguinho gerou muitas dúvidas entre os inquiridos.

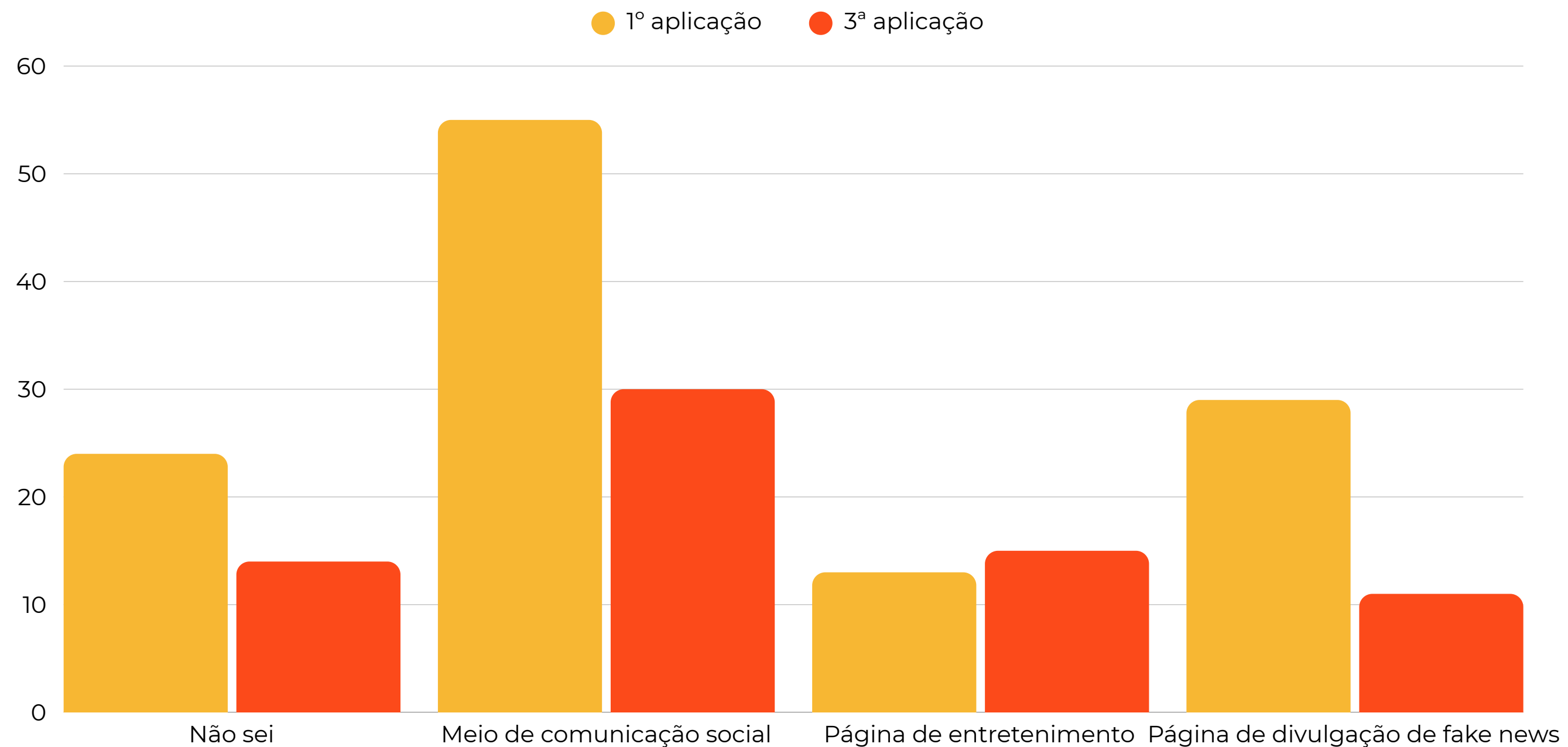
A maioria dos jovens classificou o conteúdo da página como “entretenimento”, mas para um número significativo de estudantes trata-se de uma página de divulgação de fake news.



Distinguir notícias de fake news

Polígrafo
Em nome da verdade.

Perante a plataforma de fact-checking Polígrafo, há um número mais significativo de estudantes na primeira aplicação a reconhecer o conteúdo como informativo. Ainda assim, as respostas denotam alguma confusão e desconhecimento da plataforma.



Distinguir notícias de fake news

Excerto 1 | “Tribunal Distrital Alemão Declara Confinamento Inconstitucional”

Consultar a notícia completa [aqui](#)

Tribunal Distrital Alemão Declara Confinamento Inconstitucional

Um tribunal na Alemanha, deliberou como inocente um cidadão acusado de violar o confinamento decretado pelas autoridades da Turíngia, um dos 16 Estados Federais, situado no centro do país. Nas razões apresentadas para a absolvição, o tribunal considerou que o encerramento do mencionado Estado, na primavera de 2020, foi uma “decisão política catastróficamente errada com consequências dramáticas para quase todas as áreas da vida das pessoas”, condenando particularmente uma restrição que limitava o número de pessoas permitidas em convívios privados com convidados.

Neste caso, o cidadão foi julgado e multado em 200 euros por celebrar o aniversário com sete outras pessoas no quintal da sua casa no final de Abril de 2020, violando as ordens do confinamento e de aglomeração de pessoas fora do agregado familiar.

O tribunal declarou que o referido confinamento e a decisão contra o indivíduo foram inconstitucionais, pelo que as autoridades transgrediram uma lei fundamental da Alemanha.

Perante o excerto 1, um exemplo de desinformação sem que a fonte esteja claramente identificada, há um maior reconhecimento deste exemplo de fake news por parte dos respondentes na 1.ª aplicação. A questão das fontes estarem ausentes e/ou não identificadas também recolhe maior grau de concordância por parte dos estudantes que responderam na 1.ª aplicação.

	1ª aplicação \bar{x}	3ª aplicação \bar{x}
Fake news	2,89	2,32
Notícia	4,29	4,04
Fontes não identificadas	4,29	3,16
Ausência de fonte	3,87	2,94
Fonte credível	3,18	3,03
Informação fidedigna	3,12	3,03
Apelo a emoções/sensações	3,42	3,17

Distinguir notícias de fake news

Excerto 2 | “Segurança Social prevê pagar apoios aos recibos verdes e gerentes na quinta-feira”

Consultar a notícia completa [aqui](#)

Segurança Social prevê pagar apoios aos recibos verdes e gerentes na quinta-feira

Cerca de 132 mil pediram a compensação pela paragem da actividade em Janeiro. Para o apoio aos trabalhadores que não foram obrigados a fechar ainda não há data indicativa para o pagamento.

A Segurança Social prevê pagar na próxima quinta-feira, 18 de Fevereiro, os apoios aos trabalhadores independentes e gerentes das micro e pequenas empresas que estiveram com a actividade parada em Janeiro por causa das novas restrições, confirmou o gabinete da Ministra do Trabalho, Ana Mendes Godinho.

A prestação em causa — o Apoio Extraordinário à Redução da Actividade Económica de Trabalhador (AERAET) — só abrange, desta vez, os trabalhadores a recibos verdes, empresários em nome individual, gerentes das micro e pequenas empresas, e membros de órgãos estatutários de fundações, associações ou cooperativas que estiveram sujeitos à suspensão das actividades ou ao encerramento das instalações desde 15 de Janeiro.

Perante o excerto 2, um exemplo de informação jornalística com as fontes citadas e identificadas, a maior discordância da classificação deste conteúdo como fake news regista-se entre os respondentes da 3.ª aplicação, mas a classificação como notícia recolhe maior concordância na 1.ª aplicação.

Já na questão das fontes, os alunos na 1ª aplicação concordavam significativamente mais que fosse uma fonte credível e os alunos na 3ª aplicação discordavam significativamente mais que fosse de fontes não identificadas.

	1ª aplicação \bar{x}	3ª aplicação \bar{x}
Fake news	2,68	2,16
Notícia	4,57	4,22
Fontes não identificadas	3,18	2,69
Ausência de fonte	2,78	2,56
Fonte credível	4,15	3,58
Informação fidedigna	4,02	3,59
Apelo a emoções/sensações	3,03	2,83

Distinguir notícias de fake news

Excerto 3 | “Investigadores de Stanford concluem que o confinamento não tem benefícios relevantes”

Consultar a notícia completa [aqui](#)

Investigadores concluem que o confinamento não tem benefícios relevantes

Um estudo analisou o crescimento de casos COVID-19 em 8 países: Inglaterra, França, Alemanha, Irão, Itália, Holanda, Espanha e EUA. Em seguida, comparou os casos registados nos oito países sujeitos a confinamento com a Suécia e Coreia do Sul, que optaram por medidas menos restritivas e voluntárias, tais como o limite de viagens e distanciamento social.

Com base num modelo matemático comparativo, os investigadores concluíram que não havia “nenhum efeito benéfico claro e significativo [no uso de medidas mais restritivas] sobre o crescimento de casos em qualquer dos países”. Ainda assim, acrescentaram que o estudo não tem como intenção questionar o papel das intervenções levadas a cabo pelas autoridades no âmbito da saúde pública, contudo, “não conseguimos encontrar nenhum benefício adicional em ordenar ‘ficar em casa’ e encerrar empresas”.

Perante o excerto 3, um exemplo de desinformação em torno do confinamento, sem fontes claramente identificadas, os alunos na 3ª aplicação discordavam significativamente mais que fosse fake news. Em ambas as aplicações, há a realçar o facto de este excerto ter sido considerado mais próximo da classificação como notícia do que como fake news, ainda que, em simultâneo, os estudantes reconheçam que a fonte não está identificada e discordem do facto de se tratar de uma informação fidedigna.

	1ª aplicação \bar{x}	3ª aplicação \bar{x}
Fake news	3,22	2,71
Notícia	3,62	3,89
Fontes não identificadas	4,19	3,73
Ausência de fonte	4,05	3,65
Fonte credível	3,00	2,89
Informação fidedigna	3,17	2,88
Apelo a emoções/sensações	3,28	3,20

Distinguir notícias de fake news

Excerto 4 | “A Indústria Farmacêutica quer vacinar população anualmente contra o Coronavírus... para sempre”

Consultar a notícia completa [aqui](#)

A Indústria Farmacêutica quer vacinar população anualmente contra o Coronavírus... para sempre

Se eles falharem em mantê-lo usando máscaras e distanciando pelo resto de sua vida, pelo menos eles podem dizer que o vacinarão com sucesso – não apenas uma ou duas vezes para o coronavírus (Covid-19), mas todos os anos até o dia que você morrer.

Este é o plano da Johnson & Johnson (J&J) para garantir que o lucro máximo continue a fluir. O CEO da empresa, Alex Gorsky, disse à CNBC que a única maneira de manter o vírus chinês sob controle é vacinar as pessoas anualmente para sempre.

“Infelizmente, à medida que [o vírus] se espalha, ele também pode sofrer mutação”, Gorsky disse a Meg Tirrell durante um evento “Healthy Returns Spotlight”.

“Cada vez que ele sofre mutação, é quase como outro vírus, por assim dizer, onde podemos ver outra variante, outra mutação que pode ter um impacto em sua capacidade de afastar anticorpos ou de ter um tipo diferente de resposta não apenas a um terapêutico, mas também para uma vacina.”

Se Gorsky conseguir o que quer, o que significará enormes pagamentos e dividendos para si mesmo, os americanos serão vacinados contra o coronavírus (COVID-19) “exatamente como faríamos com uma vacina contra a gripe”.

Ainda não se sabe do que essa vacina misteriosa será feita, mas Gorsky tem certeza de que isso acontecerá porque é necessário para que a indústria farmacêutica continue a ganhar dinheiro nas costas das pessoas que estão sofrendo e morrendo.

Perante o excerto 4, um exemplo de informação descontextualizada em torno da vacinação, com a identificação das fontes, mas com vários juízos de valor a intercalar as citações, os alunos na 3ª aplicação discordavam significativamente mais que fosse fake news. Em ambas as aplicações, há a realçar o facto de este excerto ter sido considerado mais próximo da classificação como notícia do que como fake news, sendo que, em simultâneo, os estudantes reconhecem o apelo a emoções e sensações.

	1ª aplicação \bar{x}	3ª aplicação \bar{x}
Fake news	3,19	2,93
Notícia	3,98	3,90
Fontes não identificadas	3,30	2,74
Ausência de fonte	3,20	2,77
Fonte credível	3,44	3,37
Informação fidedigna	3,30	3,21
Apelo a emoções/sensações	3,64	3,44

Síntese sobre desinformação e fake news

Avaliados os conhecimentos dos estudantes sobre desinformação e fake news, observam-se diferenças estatisticamente significativas entre a 1ª e a 3ª aplicação do questionário:

- No que toca à correta identificação de meios de comunicação social, páginas de divulgação de fake news e páginas de entretenimento, as respostas mostram que não existem dúvidas em classificar os meios de comunicação social. No entanto, os inquiridos demonstram dificuldades em distinguir páginas de entretenimento de páginas de desinformação.
- Considerando as diferenças estatísticas, há uma proporção significativamente mais elevada de alunos na 3ª aplicação a classificar a plataforma Bombeiros Portugueses (página de difusão de fake news agora inexistente) como meio de comunicação social e de alunos na 1ª aplicação a classificar (corretamente) como página de difusão de fake news..
- Perante a necessidade de identificar os excertos apresentados como notícias ou como fake news, os estudantes que responderam ao inquérito na primeira aplicação são os que demonstram a taxa mais elevada de reconhecimento de fake news e também do reconhecimento de notícias. De realçar que a primeira aplicação ocorreu durante os dois primeiros anos da pandemia e a maioria dos excertos apresentados referem-se precisamente à covid-19.

Considerando a desinformação e fake news, os resultados sugerem que:

- Os estudantes conhecem os meios de comunicação social, mas têm dúvidas entre os conteúdos de entretenimento e de desinformação.
- Perante exemplos concretos de notícias e fake news, mesmo em casos em que concordam com a ausência de fonte e com a fidedignidade da informação, tendem a classificar o conteúdo como notícia. De realçar a capacidade de reconhecer o apelo a emoções/sensações, quando confrontados com um discurso subjetivo no meio da informação factual.

QUESTÕES ÉTICAS NO JORNALISMO



Avaliar criticamente os exemplos do jornalismo

	1ª aplicação \bar{x}	3ª aplicação \bar{x}
Discriminação	3,01	2,24
Sensacionalismo	4,52	4,38
Humilhação	3,65	3,35
Perturbação da dor	4,80	4,72
Rigor e isenção	3,11	2,63
Opinião	2,96	2,12
Invasão de privacidade	4,60	4,57



Perante a imagem de um ferido deitado na maca após um acidente com um avião no aeroporto de Madrid, percebemos que a perturbação da dor, invasão de privacidade e sensacionalismo são as três características com maior taxa de concordância face ao excerto. Quanto às características que não se aplicam (discriminação ou opinião), a discordância é maior entre os alunos que responderam na 3.ª aplicação.

Avaliar criticamente os exemplos do jornalismo

	1ª aplicação \bar{x}	3ª aplicação \bar{x}
Discriminação	4,89	4,76
Sensacionalismo	4,62	4,51
Humilhação	4,63	4,61
Perturbação da dor	3,88	3,62
Rigor e isenção	3,01	2,21
Opinião	3,46	2,99
Invasão de privacidade	3,93	3,87



Perante o título “Gay mata homem que conheceu na net”, percebemos que a discriminação, humilhação e sensacionalismo são as três características com maior taxa de concordância face ao excerto. Quanto às características que não se aplicam (rigor e isenção ou opinião), a discordância é maior entre os alunos que responderam na 3.ª aplicação.

Avaliar criticamente os exemplos do jornalismo

	1ª aplicação \bar{x}	3ª aplicação \bar{x}
Discriminação	3,10	2,33
Sensacionalismo	4,65	4,51
Humilhação	3,75	3,36
Perturbação da dor	4,78	4,79
Rigor e isenção	3,07	2,52
Opinião	3,02	2,04
Invasão de privacidade	4,41	4,16



Perante a imagem dos cadáveres e escombros após um avião ser abatido no leste da Ucrânia em 2014, percebemos que a perturbação da dor, sensacionalismo e invasão de privacidade são as três características com maior taxa de concordância face ao excerto. Ainda assim, os alunos da 1.ª aplicação concordavam significativamente mais que fosse humilhação. Quanto às características que não se aplicam (discriminação ou opinião), a discordância é maior entre os alunos que responderam na 3.ª aplicação.

Avaliar criticamente os exemplos do jornalismo

	1ª aplicação \bar{x}	3ª aplicação \bar{x}
Discriminação	3,43	2,79
Sensacionalismo	4,56	4,41
Humilhação	4,83	4,78
Perturbação da dor	4,26	3,75
Rigor e isenção	2,95	2,25
Opinião	3,49	2,59
Invasão de privacidade	4,89	4,80



Perante a publicação não autorizada das imagens de um ator português com um problema de adição, embriagado, na capa de um jornal, percebemos que a invasão de privacidade, a humilhação, o sensacionalismo e perturbação da dor são as quatro características com maior taxa de concordância face ao excerto. Ainda assim, os alunos da 1.ª aplicação concordavam significativamente mais que fosse perturbação de dor. Quanto às características que não se aplicam (discriminação, rigor e isenção ou opinião), a discordância é maior entre os alunos que responderam na 3.ª aplicação.

Síntese sobre questões éticas no jornalismo

Avaliados os conhecimentos dos estudantes sobre questões éticas no jornalismo, não se observam diferenças estatisticamente significativas entre a 1ª e a 3ª aplicação do questionário:

- Em cada caso apresentado, em ambas as aplicações, os estudantes concordam em maior grau com as características que ajudam a definir, de um prisma ético, o excerto que lhes é dado a observar.
- Perante os exemplos concretos que lhes são apresentados os estudantes que responderam na terceira aplicação discordam de forma mais significativa com as características que não se aplicam aos excertos.

Considerando as questões éticas no jornalismo, os resultados sugerem que:

- Os estudantes conhecem as particularidades éticas da profissão e são capazes de identificar corretamente exemplos de perturbação de dor, invasão de privacidade, humilhação sensacionalismo e discriminação.



CONCLUSÕES

A pontuação total da literacia dos alunos aumentou da 1ª aplicação para a 3ª aplicação (69,98 vs 70,009), embora a diferença não seja estatisticamente significativa, $t(195) = -0,619, p = .537$.



	1ª aplicação		3ª aplicação	
	M	DP	M	DP
Literacia	69,98	8,91	70	12,18

Os hábitos de consumo de informação das novas gerações passam inexoravelmente pelas redes sociais, mesmo no caso de estudantes da área das Ciências da Comunicação. Este estudo corrobora esta afirmação, quando se verifica um uso frequente das redes sociais por parte dos estudantes para se manterem informados, seguindo-se a televisão como o segundo meio usado com mais frequência. Em sentido oposto, verifica-se que o jornal impresso é o meio menos utilizado pelos estudantes.

Estes dados confirmam as novas dinâmicas de consumo de notícias e mesmo o número significativo de alunos que usa a Internet para se informar. É de realçar, no entanto, que entre as funções atribuídas às redes sociais e à internet não encontramos a função informativa.

Neste contexto, a televisão perde gradualmente espaço para os dispositivos eletrónicos portáteis, quer no consumo de notícias (redes sociais), quer no consumo de entretenimento (plataformas de streaming). Ainda assim, continua a surgir como o segundo meio a que os estudantes mais recorrem para se informarem.

Este distanciamento face aos meios de comunicação social tradicionais e o consumo de informação através das redes sociais e dos dispositivos digitais apresenta novos desafios no que diz respeito à educação para os media e à literacia mediática, pois considerando que os novos profissionais da área da comunicação social levam as implicações geracionais para o mercado de trabalho, também nos parece relevante considerar estas mudanças em termos da produção noticiosa e do perfil formativo dos jornalistas de um (não tão longínquo) futuro ou mesmo do presente.

De realçar que as respostas sobre o uso de redes sociais para se manterem informados, está em linha com os dados do Digital News Report de 2023, segundo o qual, “69,0% dos portugueses dizem usar o Facebook em geral e 40,0% declaram usar esta rede para consumo de notícias” (p. 102).

Os resultados do nosso estudo mostram ainda que a maioria dos estudantes compreende as especificidades do jornalismo enquanto profissão. As principais dúvidas são manifestadas relativamente ao pagamento da informação e à integração de jornalistas em programas de entretenimento.

Conseguimos também verificar que a maioria dos estudantes universitários da área da comunicação tem conhecimentos suficientes para identificar os grupos de media portugueses, que incluem os principais órgãos de comunicação social do país.

No entanto, no que diz respeito à identificação dos órgãos de comunicação social pertencentes ao setor público ou privado, os resultados são díspares. Por um lado, têm facilidade em identificar as televisões generalistas mas, por outro lado, têm dificuldade em identificar corretamente os semanários nacionais e demonstram dúvidas na identificação das rádios com serviços de informação. Estes dados podem ser justificados com os resultados do estudo de Miranda & Camponez (2021) relativamente ao distanciamento destes jovens estudantes em relação aos jornais e revistas em papel com cobertura nacional.

No que respeita aos meios de comunicação internacionais, é bastante significativa a capacidade de identificação dos meios de comunicação mais populares nas diferentes áreas estudadas: Inglaterra, Espanha e França.

A geração millennial está a fazer o seu percurso escolar, desapojada de literacia digital e mediática e ainda pouco alertada para os problemas ou fragilidades que advêm de um uso intensivo das tecnologias digitais e, nomeadamente, da presença dos media nestas redes, mas sobretudo daqueles que as usam para a proliferação da desinformação.

Contudo, é esperado que, por parte dos jovens que frequentam o ensino superior na área das Ciências da Comunicação, haja um maior conhecimento e espírito crítico no consumo de informação e no uso das tecnologias digitais para o efeito. Todavia, há uma descrença generalizada em relação aos media e ao setor da informação (Martins, Morais e Midões, 2022), havendo por parte desta população um menor consumo dos meios de comunicação social tradicionais. A razão para esta descrença pode residir precisamente na proliferação de fake news, mas também na sua maior capacidade crítica para analisar a realidade dos media, como apontam os estudos de Silveira e Amaral (2021) e de Martins, Morais e Midões (2022).

Na área da desinformação e fake news, os dados mostram que não há muitas dúvidas em considerar os meios de comunicação social apresentados como tal, mas há dificuldades na classificação do Polígrafo, “o primeiro jornal de fact-checking português” que, além da sua edição digital, tem um espaço semanal no Jornal da Noite do canal televisivo SIC. Já no caso dos sites de desinformação, como o Contra Fatos ou o Bombeiros 24, a maioria dos alunos não sabe classificar, parecendo subsistir alguma confusão entre conteúdos de desinformação e conteúdos de entretenimento.

Ainda neste campo, e face aos excertos em que os alunos deveriam classificar o conteúdo, é de assinalar o facto de muitos estudantes classificarem os dois exemplos de fake news apresentados como notícias. Falamos de excertos sem fonte de informação claramente identificada e onde nos parece claro o propósito de apelo às emoções. Deve ser objeto de reflexão o facto de, nos excertos destas fake news, a maioria dos alunos considerar que a fonte não existe ou não é fidedigna e, ao mesmo tempo, concordar com a classificação do conteúdo como notícia.

Quanto aos desafios éticos apresentados, os alunos não apresentam dúvidas relativamente aos exemplos que tiveram de analisar, o que denota a compreensão das diferentes opções no tratamento da informação. Os estudantes demonstram deter as competências críticas face aos conteúdos mediáticos, indo ao encontro da ideia de que “não há jornalismo competente se não for ético, e o jornalismo que não é competente não pode ser considerado ético” (Fidalgo, 2007, p. 605).

Os valores éticos em causa nos estudos de caso apresentados situavam-se essencialmente nos deveres para com a informação (recusa do sensacionalismo, objetividade e imparcialidade) e nos deveres para com os outros na profissão (respeitar a privacidade e a dor, não recolher imagens sem ter em conta as condições de serenidade, liberdade e responsabilidade dos envolvidos, não publicar imagens que ponham em causa a dignidade das pessoas, não discriminar) (Camponez, 2010)

Este estudo, ainda que exploratório, mostra que o contexto atual impõe novos desafios à formação académica dos futuros profissionais da comunicação - na dotação dos estudantes de instrumentos de interpretação do mundo, o que lhes permitirá agir sobre ele - questões de literacia e de educação para os media, que passam necessariamente pelos domínios da reflexão, do pensamento crítico.



BIBLIOGRAFIA

Camponez, C. (2010) Fundamentos da Deontologia do Jornalismo. A auto-regulação frustrada dos jornalistas portugueses (1974-2007). Tese de Doutoramento, Universidade de Coimbra.

Cardoso, G., Paisana, M. and Pinto-Marinho, A. (2023) Digital News Report Portugal 2023. Obercom.

Fidalgo, J. (2007) O lugar da ética e da auto-regulação na identidade profissional dos jornalistas. Tese de doutoramento, Universidade do Minho.

Martins, J., Midões, M. and Morais, N.S. (2022) "The importance of education and media literacy. A profile of students leaving the first cycle of studies in communication sciences", INTED2022 Proceedings, 2956-2961.

Martins, J., Morais, N. S. and Midões, M. (2022) The Challenges of Disinformation: Perceptions of Social Communication graduates in the face of the threat of fake news. Observatorio (OBS*) Journal (2022, Special Issue) pp. 104-118.

Miranda, J., and Camponez, C. (2021). "Estudantes de Comunicação Social em Portugal - Expectativas e perspetivas sobre jornalismo", SOPCOM - Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação.

Morais, N. S., Martins, J. and Midões, M. (2023) "Youth, media and technology practices and habits of media students in accessing information", 18th Iberian Conference on Information Systems and Technologies (Cisti).

Silveira, P. and Amaral, I. (2021). University student's engagement with fake news: the portuguese case. Observatorio (OBS*), 15 (1), 023-037.



LITERACIA MEDIÁTICA NO ENSINO SUPERIOR

Projeto de dissertação
do Mestrado CACE

Viseu, 2024