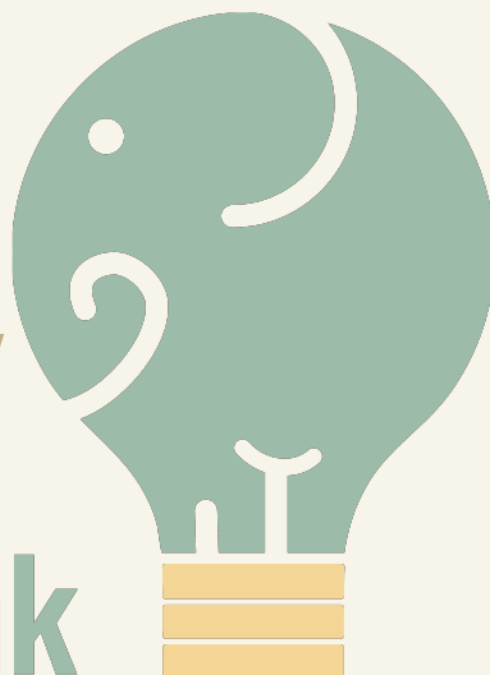


**RESPONSIBLE
YOUTH
THROUGH
MEDIA LITERACY
EDUCATION**

YouTHink

Project No 2024-1-LT02-KA220-YOU-000251256



RESUMO DO RELATÓRIO
MEDIA LITERACY EDUCATION INSIGHTS:
principais conclusões dos workshops
criativos e inquéritos interativos

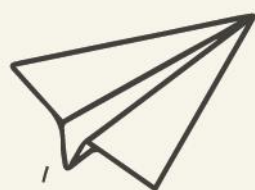
Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the Youth Affairs Agency. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.



**Funded by
the European Union**

RESPONSIBLE YOUTH THROUGH MEDIA LITERACY EDUCATION

YouThink



Work Package 2 Training Combo Development
Deliverable W2/A4 Report
Líder do WP2 | Rural Internet Access Points Association



Responsible Youth through Media Literacy Education funded by Erasmus+ Project
Training Combo development under the Creative Commons licence CC BY-NC-SA

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the Youth Affairs Agency. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.



Funded by
the European Union



Este documento fornece um resumo do relatório **"Percepções sobre educação para a literacia mediática: principais conclusões de workshops criativos e inquéritos interativos"**, realizado no âmbito do projeto Jovens Responsáveis Através da Educação para a Literacia Mediática (YouTHink), entre janeiro e março de 2025. O relatório reúne visões de profissionais interdisciplinares sobre educação para a literacia mediática e analisa a forma como os jovens utilizam os meios digitais e os desafios com que se deparam online.

O projeto YouTHink, com a duração de 26 meses, visa dotar os jovens, com idades compreendidas entre os 14 e os 19 anos, de competências de pensamento crítico no que se refere ao ambiente dos meios de comunicação digitais, através de conteúdos curriculares que incorporam métodos de aprendizagem inovadores, tecnologias digitais e elementos gamificados. O projeto está a ser implementado na Lituânia, Itália, Portugal, Eslovénia e Suíça.

[A versão completa do Relatório em inglês está disponível aqui...](#)

PRINCIPAIS CONCLUSÕES DOS WORKSHOPS CRIATIVOS

Os workshops criativos (focus group - FC) foram uma componente crucial desta investigação, tendo sido organizados nos cinco países parceiros entre janeiro e março de 2025. O principal objetivo dos FC foi recolher opiniões e ideias de profissionais sobre educação para a literacia mediática e sobre como envolver os jovens no processo. Os participantes discutiram desafios, partilharam boas práticas, exploraram soluções inovadoras e métodos e ferramentas para envolver os jovens neste tipo de educação. As discussões seguiram um guião estruturado com questões categorizadas em quatro áreas temáticas: **1) Tendências e desafios recentes; 2) Necessidades e expectativas dos jovens; 3) Métodos e ferramentas inovadores; 4) Impacto da IA no pensamento crítico. Os conhecimentos adquiridos nestas oficinas foram úteis para definir tópicos relevantes para materiais de formação.**



Fotografias dos FC em Itália e na Lituânia



Um total de 40 profissionais interdisciplinares participaram nos cinco FC. Os grupos de participantes eram diversos, incluindo indivíduos do sexo masculino e feminino de vários campos como educação, negócios, media, ONG e trabalho juvenil. Esta heterogeneidade foi intencionalmente procurada para enriquecer as discussões e gerar uma gama mais ampla de ideias sobre educação para a literacia mediática entre jovens.

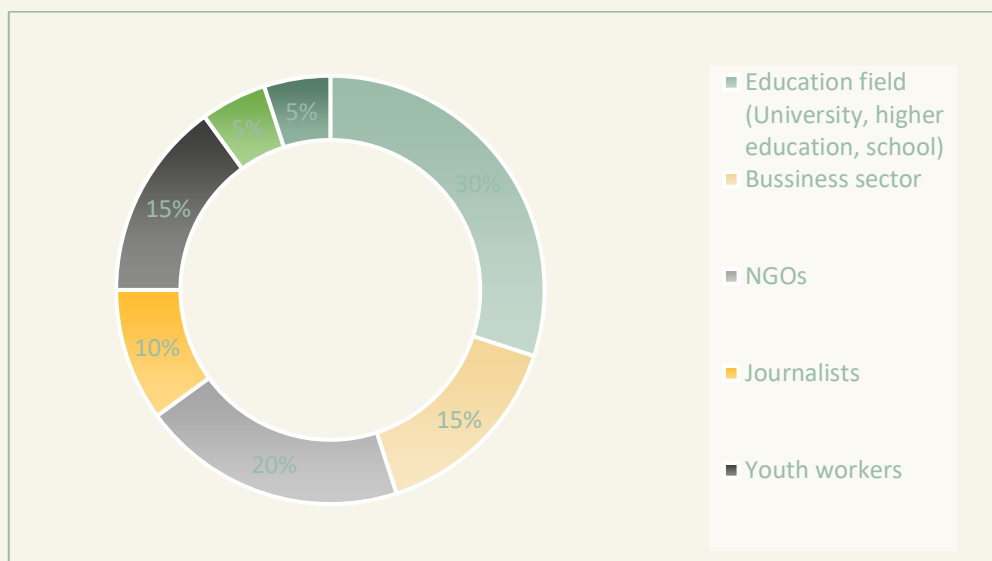


Gráfico Nº1 Perfil dos participantes dos FC

Desafios e Problemas

A análise das discussões dos FC em cinco países europeus revelou experiências e desafios semelhantes no domínio da educação para a literacia mediática, com algumas nuances específicas em cada país. Os participantes reconheceram universalmente a importância significativa da literacia mediática no mundo digital de hoje, considerando-a uma competência fundamental para os jovens. Também concordaram que a literacia mediática enfrenta inúmeras tendências e desafios, desde tecnologias em rápida evolução, incluindo a inteligência artificial, até ao volume crescente de desinformação.

Um dos desafios centrais discutidos foi a dificuldade em identificar fontes fidedignas no vasto espaço de informação. As autoridades tradicionais, como cientistas e especialistas, já não gozam da confiança pública, o que leva a um "nivelamento de especialização", em que os indivíduos confiam cada vez mais em opiniões pessoais ou em conteúdo de redes sociais. O Professor Doutor Vincas Grigas, da Universidade de Vilnius, salientou que, apesar de compreenderem a manipulação de algoritmos em plataformas como o TikTok e o Facebook, as pessoas escolhem conscientemente informação destes canais porque é "mais fácil" ou "mais agradável", sendo que as vantagens imediatas superam os potenciais danos.

Além da informação, foi enfatizada a importância das atitudes de valor no comportamento responsável. O conhecimento por si só nem sempre conduz a ações responsáveis, se os benefícios imediatos forem priorizados em detrimento das consequências a longo prazo, o que representa um desafio para a educação, na medida em que é necessário cultivar nos jovens tanto o conhecimento como o comportamento baseado em valores. Os participantes notaram uma mudança significativa nos hábitos de leitura e escrita, na compreensão do conceito de autoria e no uso ético da informação. Há uma crescente falta de leitura e de



análise aprofundadas e o conceito de autoria está a diminuir no espaço digital, onde os indivíduos frequentemente não consideram o autor nem um uso ético da informação.

Editores e profissionais da informação estão preocupados com uma cultura de consumo superficial que altera a perceção e utilização da informação a todos os níveis. Estas mudanças indicam que a literacia mediática deve estender-se para lá das competências técnicas, abrangendo uma relação mais profunda e reflexiva com a informação, a sua origem, a forma e o impacto.

Outro desafio significativo na educação para a literacia mediática é o seu foco frequente em competências específicas enquanto negligencia uma compreensão holística do ecossistema mediático. O Professor Dr. Vincas Grigas argumentou que, frequentemente, são apenas fornecidas 'dicas' em vez de uma análise mais profunda, falhando em abordar padrões reais e recorrentes de uso de informação em atividades quotidianas. Enfatizou que a base da literacia mediática deveria ser a capacidade de compreender situações e adaptar-se a contextos mediáticos em mudança, requerendo uma compreensão holística desde a mensagem e a fonte até à prática social. Valentina Brilli, da Academia Internacional de Bolsas Europeias em Itália, corroborou esta opinião, afirmando que o problema real é a ausência de um método para navegar na vasta quantidade de informação, sendo necessária uma abordagem educacional que promova a empatia e a responsabilidade, para além de competências técnicas. Portanto, uma compreensão geral de como os media funcionam é essencial, abrangendo toda a cadeia de informação: formação de mensagem, fonte, ambiente técnico e social, propósito e impacto.

Um desafio crucial identificado em todas as discussões foi a falta de pensamento crítico e avaliação de fontes. Muitas pessoas aceitam informação baseada em emoções em vez de factos, o que facilita a rápida disseminação de informação falsa ou manipulativa e influencia a opinião pública. Há uma falta notória de encorajamento para os jovens analisarem criticamente a informação e avaliarem de forma independente a fiabilidade da fonte, distinguindo factos de opiniões. Paulius Andruskevicius, professor de literacia mediática da Lituânia, destacou um problema fundamental da sociedade da informação: a falta de responsabilidade pessoal. Afirmou que as pessoas frequentemente 'se escondem atrás da responsabilidade coletiva' ao espalhar mensagens online sem se sentirem responsáveis, especialmente em redes sociais onde opiniões são expressas rapidamente, emocionalmente e frequentemente sem argumentos. Andruskevicius também observou uma "perda social do hábito de discutir" onde as diferenças são vistas como oposição, e não um convite ao diálogo. Enfatizou que uma tarefa chave da literacia mediática é desenvolver competências de discussão argumentativa, livre de emoção e manipulação. Apelou à responsabilidade pessoal por cada mensagem escrita e lida, associando-a ao pensamento crítico, a capacidade de resistir à pressão de grupo e apoiar um posicionamento individual com argumentos.

Os participantes do workshop também apontaram para a fronteira esbatida entre os mundos virtual e físico para a juventude moderna. Os participantes da oficina também salientaram a fronteira esbatida entre os mundos virtual e físico para a juventude moderna. Estudos recentes mostram que os jovens já não distinguem claramente estas esferas, com o espaço virtual a tornar-se uma parte natural da vida quotidiana, influenciando o comportamento e as escolhas. Esta tendência significa que a literacia mediática deve abranger ambas as esferas, incluindo não apenas competências tecnológicas, mas também a compreensão de como o conteúdo virtual afeta valores reais, a auto-perceção e as escolhas de cada um.



Por último, houve um consenso generalizado sobre a necessidade crescente de sensibilizar não só os jovens, mas também os seus pais, que estabelecem regras para o consumo dos media, e os profissionais que interagem regularmente com os jovens, como os professores e os animadores de juventude.

Recomendações

- Cultivar uma compreensão holística da paisagem mediática e do seu funcionamento. A educação para a literacia mediática não deve limitar-se ao ensino de competências técnicas específicas ou à prestação de "dicas" simples. Em vez disso, deve promover uma compreensão mais profunda e refletida de toda a cadeia de informação.
- A educação deve incentivar ativamente os jovens a analisar criticamente a informação, em vez de a aceitarem com base nas emoções.
- Promover um sentido de responsabilidade pessoal pelos conteúdos criados e partilhados pelos jovens.
- Integrar a compreensão das fronteiras ténues entre o mundo virtual e o mundo

Necessidades e expectativas dos jovens e métodos inovadores

Os debates refletiram consistentemente a profunda integração das tecnologias digitais na vida dos jovens, moldando a sua comunicação, aprendizagem, entretenimento, interações sociais, pensamento, avaliação da informação e formação de valores. Embora a conectividade digital ofereça oportunidades, também apresenta o risco de os jovens serem inundados por informações que não conseguem processar e analisar criticamente. Muitas vezes, contentam-se com conteúdos acessíveis ou populares sem questionar a sua exatidão.

Foi ainda feita uma observação importante: os jovens subestimam frequentemente o valor da literacia mediática, equiparando erradamente a familiaridade tecnológica ao conhecimento dos media. Por conseguinte, os participantes concordaram que a educação para a literacia mediática deve ir além de dicas rápidas ou instruções básicas de utilização da tecnologia, promovendo uma compreensão profunda do panorama mediático e da importância de uma avaliação rigorosa. Laura Vecerkauskaitė, do Centro de Emprego para Jovens Druskininkai, na Lituânia, observou que os jovens se escondem frequentemente atrás dos ecrãs e consideram irrelevantes temas como a literacia mediática e a responsabilidade, exprimindo-se rapidamente e muitas vezes de forma anónima online, evitando assim a responsabilidade pelas suas palavras ou ações. Salientou que isto se deve em parte ao facto de os jovens não serem suficientemente ouvidos e de os conteúdos educativos não estarem adaptados à sua visão do mundo.

Katja Kolenc, do Centro da Juventude de Celje, na Eslovénia, salientou que a juventude é um grupo heterogéneo, sublinhando a necessidade de diferenciar os vários grupos etários (crianças, alunos, estudantes universitários, jovens empregados), uma vez que têm necessidades e desafios distintos que exigem abordagens adaptadas. Os participantes observaram também que a educação atual não incentiva frequentemente o pensamento crítico. Se os jovens não forem autorizados a questionar ou explorar, não se pode esperar



que mais tarde verifiquem a informação ou pensem por si próprios. A curiosidade, inerente às crianças, mas muitas vezes reprimida, foi identificada como uma chave para o desenvolvimento da literacia mediática, exigindo oportunidades de exploração e questionamento.

Recomendações

- Fomentar o pensamento crítico, ultrapassando as instruções técnicas básicas sobre tecnologia ou ferramentas e reforçando a compreensão do funcionamento do mundo dos media digitais e da forma de navegar na enorme quantidade de informação disponível online.
- Fomentar o pensamento crítico, a curiosidade e a responsabilidade, incentivando o questionamento, a exploração e o debate.
- Os educadores devem encontrar formas inovadoras de apresentar os conteúdos da formação de forma cativante, que incentivem o questionamento e uma reflexão mais profunda.

Durante o debate, os participantes partilharam as suas opiniões sobre métodos e ferramentas inovadores para a educação dos jovens para a literacia mediática. Os participantes concordaram que, atualmente, existem muitas formas de educar os jovens, mas, de acordo com as últimas tendências, a educação para a literacia mediática deve centrar-se em estratégias de ensino dinâmicas e práticas.

Recomendações

- There is an emerging need and shift from traditional teaching methods to interactive strategies, from direct teaching of technological skills (e.g., how to use specific software or a platform) to a general understanding of the impact of media and their role in modern society. Instead of traditional lectures, interactive methods are increasingly used – simulations, games, and real-life case analysis. This includes not only the technology itself but also its social, cultural, and ethical aspects.
- Emphasis is placed on information analysis and the development of critical thinking. A lot of attention should be paid to teaching young people not only 'how' but also 'why'.
- Integrating discussions on the mental health implications of digital media, such as screen time, cyberbullying, and social comparison.
- Partnering with trusted social media influencers to promote media literacy can be an effective way to engage younger audiences.
- Peer-to-Peer learning or youth ambassadors. Young people tend to connect more with their peers than with adults. By creating a space where older students or trained peers can guide younger ones.



O papel da IA e do pensamento crítico e inquéritos interativos

O papel crescente da inteligência artificial (IA) na criação de conteúdos coloca em causa a capacidade dos jovens de avaliar e analisar criticamente a informação. Os participantes reconheceram que, embora a IA possa gerar rapidamente informações adaptadas, também corre o risco de espalhar desinformação, notícias falsas e deep fake, o que pode levar à perda de competências essenciais. Muitas vezes, os jovens não estão conscientes dos perigos da IA, não só no que diz respeito às notícias falsas, mas também ao potencial de os resultados gerados pela IA serem incorretos e de eles próprios criarem e divulgarem conteúdos falsos. A educação para o pensamento crítico continua a ser um desafio fundamental, sendo necessário ensinar todas as gerações a questionar a informação e a utilizar vários métodos de verificação. Catherine Equey, da Universidade de Ciências Aplicadas e Artes da Suíça Ocidental, sublinhou a importância de ensinar os estudantes e os profissionais a envolverem-se criticamente com a IA, em vez de a utilizarem apenas como uma "máquina de respostas".

Os debates realçaram uma abordagem ponderada, cautelosa e eticamente consciente à implementação de ferramentas de IA na educação, bem como um espírito cético quanto à adoção acrítica da IA generativa, que prevê a resposta mais provável e pode conduzir a riscos graves. Apesar das preocupações, os participantes reconheceram que os jovens já utilizam ferramentas de IA e que continuarão a fazê-lo. Por conseguinte, a maioria defendeu uma abordagem pragmática: em vez de evitar a IA, integrá-la através do ensino de uma utilização crítica, da sensibilização para as limitações e do desenvolvimento de diretrizes éticas para a sua utilização no ensino. Madalena Nunes Diogo, de Portugal, sublinhou a necessidade de garantir que a criatividade humana não seja substituída à medida que a IA altera a forma como criamos e consumimos informação. Os participantes sugeriram uma maior ênfase no desenvolvimento de competências de pensamento crítico como a melhor proteção contra os riscos da IA, em vez de uma concentração excessiva na tecnologia.

Recomendações

- Ajudar os jovens a confiar no seu próprio discernimento quando utilizam a IA.
- Pensar de forma independente e não seguir cegamente as respostas da IA.
- Certificar-se de que a utilização da IA para avaliações segue as regras de privacidade e de proteção de dados.
- Sensibilizar para todos os possíveis perigos que a IA pode criar, como a desinformação, notícias falsas, vídeos, gravação de áudio, algoritmos nas redes sociais, bolhas de utilizadores, bots, etc.

CONCLUSÕES DOS INQUÉRITOS INTERATIVOS

Entre janeiro e março de 2025, foram também realizados inquéritos interativos em todos os países parceiros do projeto YouTHink, com o objetivo de compreender como os jovens utilizam os meios digitais e os desafios que enfrentam online. Um questionário anónimo online, elaborado com o Microsoft Office Form, foi distribuído a escolas e universidades por intermédio de organizações parceiras. O questionário consistia em 18 perguntas fechadas



e abertas, organizadas em cinco secções, abrangendo dados demográficos, comportamento online, desafios e métodos de verificação, tópicos de interesse na literacia mediática e exercícios práticos (por exemplo, identificar notícias com títulos sensacionalistas (clickbait), conteúdo gerado por IA ou informações falsas).

Participaram no inquérito 207 indivíduos com idades compreendidas entre os 14 e os 19 anos, provenientes da Lituânia, Portugal, Eslovénia, Itália e Suíça. O grupo etário mais representado foi o dos jovens de 19 anos (31%), enquanto os jovens de 15 e 18 anos tiveram a menor representação (9% e 10%, respetivamente).

A análise dos dados revelou vários aspetos particularmente relevantes: **i) a presença significativa dos jovens na internet; ii) o consumo de dados visuais; iii) a disparidade entre a perceção que os jovens têm das suas competências críticas e os seus hábitos no mundo real; iv) o interesse manifestado por formatos de aprendizagem práticos e envolventes para a literacia mediática.**

Presença significativa dos jovens online e conteúdos visuais

Os resultados do inquérito indicam que a maioria dos inquiridos (58%) passa mais de três horas diárias online, o que revela uma dependência significativa do espaço digital, tanto para fins de aprendizagem como de entretenimento. Apenas uma pequena percentagem (3%) limitou o seu tempo online a uma hora, o que poderá dever-se ao controlo parental, à disciplina pessoal ou a uma menor motivação.

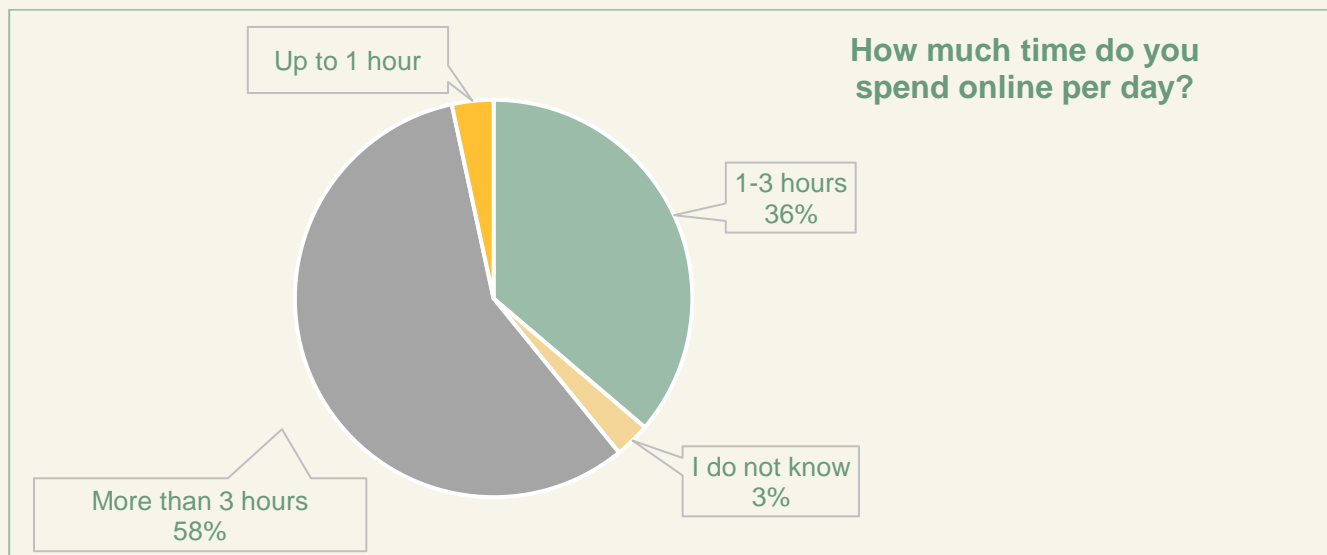


Gráfico N°2 Tempo gasto online

Além disso, os dados revelaram uma clara preferência por conteúdos visuais e plataformas de redes sociais. As plataformas mais utilizadas são o YouTube (21%), o Instagram (20%), o TikTok (18%) e o Snapchat (14%). Isto sugere uma preferência por informações visuais de fácil acesso e personalizadas. O relatório observa que essas plataformas incentivam o consumo rápido e emocional de conteúdo, o que pode dificultar a sua compreensão mais aprofundada.

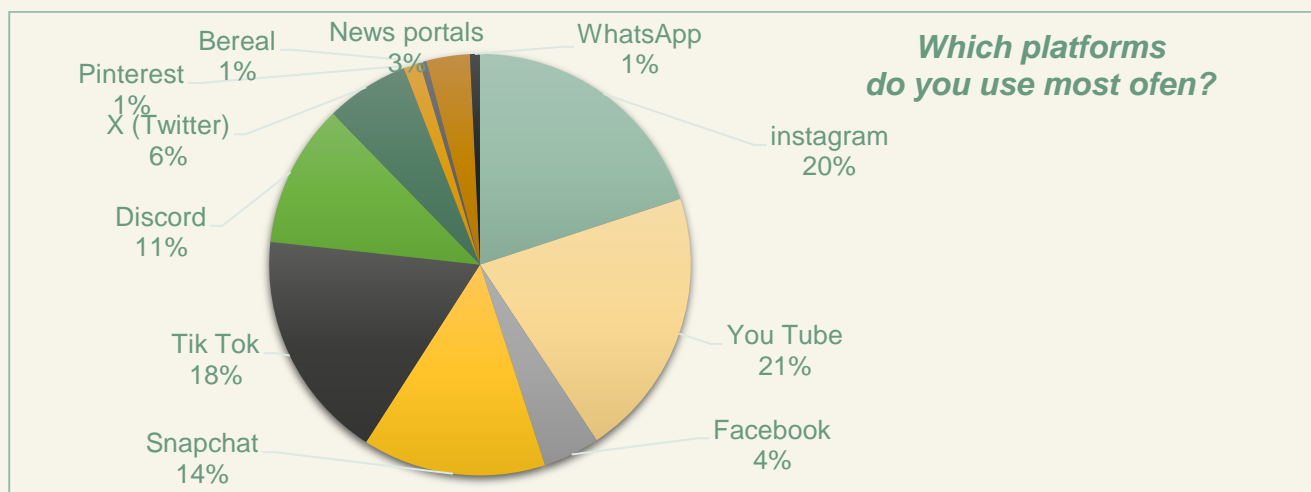


Gráfico N°3 Uso de plataformas sociais

A diferença entre a percepção das suas competências críticas e os seus hábitos no mundo real

Embora uma percentagem elevada de jovens (91% dos que responderam "raramente" e "às vezes") tenha afirmado que é cautelosa e avalia criticamente as informações online, as análises revelaram que ainda existe um desfasamento entre as suas percepções e os seus hábitos no mundo real.

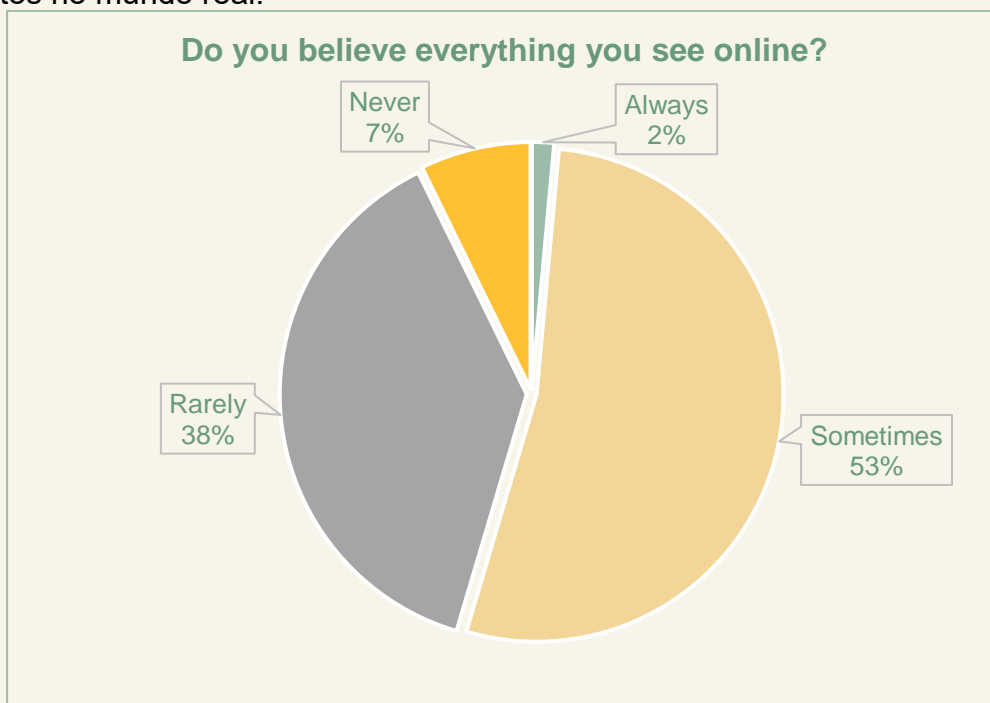


Gráfico N°4 Compreensão da informação

No entanto, o recurso à verificação dos factos (8%) e aos conselhos dos pais (7%) não parece ser uma opção popular para verificar a informação para muitos inquiridos. Além disso, 29% dos jovens confiaram na resposta do "senso comum", que nem sempre é objetiva nem correta.

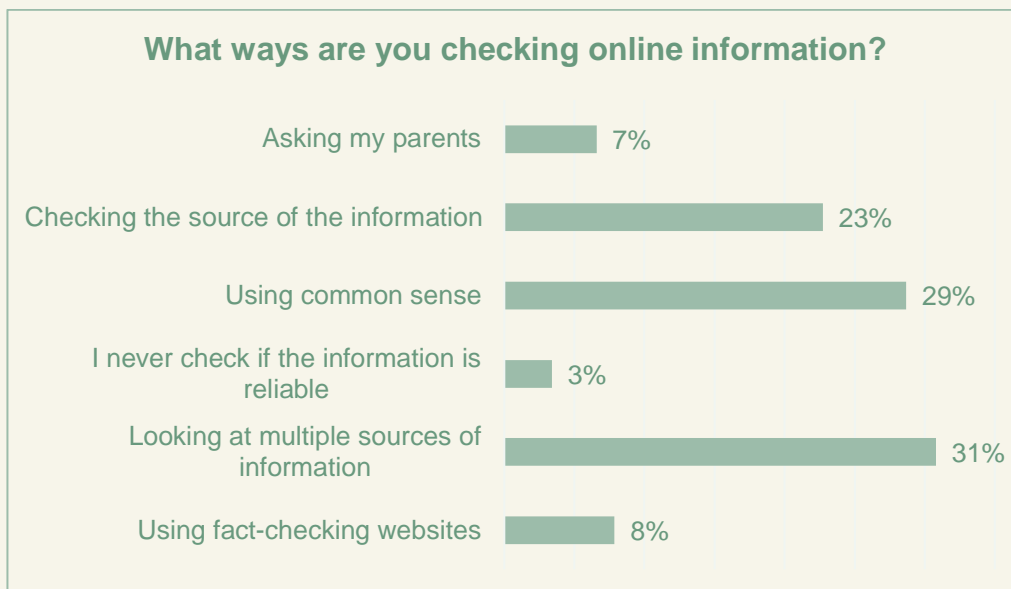


Gráfico N°5 Formas de verificação da informação

Quando lhes foi pedido que escolhessem os maiores desafios na avaliação da fiabilidade das fontes, os jovens indicaram que ainda enfrentam dificuldades significativas para compreender se uma fonte é fiável (41%) e para distinguir entre opinião e factos (28%). No entanto, se realmente possuem fortes competências de avaliação crítica, como referido no Gráfico 4, estes desafios não deveriam ser tão relevantes. Isto significa que os jovens ainda têm dificuldade em determinar a fiabilidade da fonte e em distinguir a opinião dos factos.

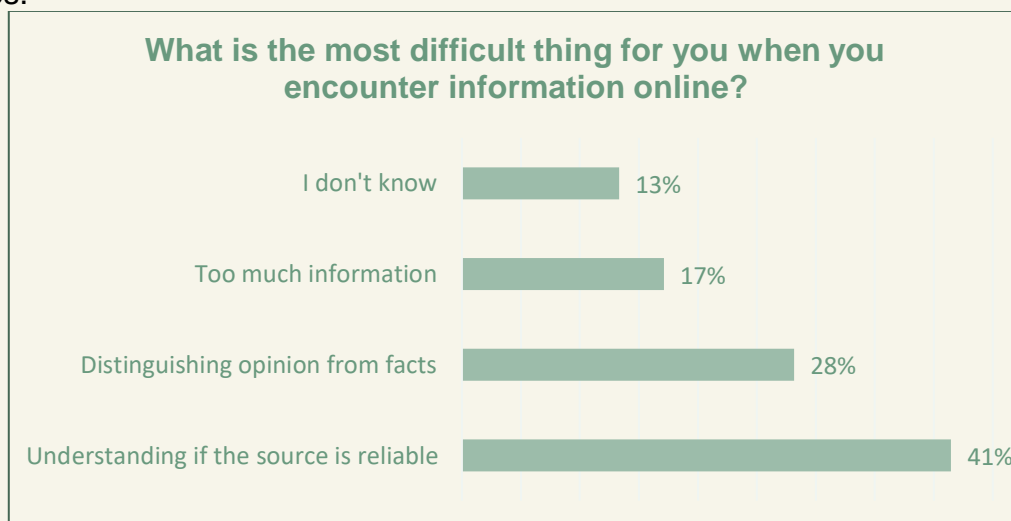


Gráfico N°6 Dificuldades na verificação da informação

Preferência por abordagens interativas e gamificadas

Os inquéritos forneceram orientações claras sobre a forma como os jovens preferem aprender literacia mediática. O formato de aprendizagem mais atrativo, com 24% das preferências, é o que privilegia os jogos e os questionários. Isto sugere fortemente que os conteúdos educativos devem incluir métodos interativos, como jogos, testes e simulações. Além da gamificação, os jovens manifestaram interesse em aprender com a tecnologia, através de tarefas práticas e de situações da vida real relevantes para as suas experiências.

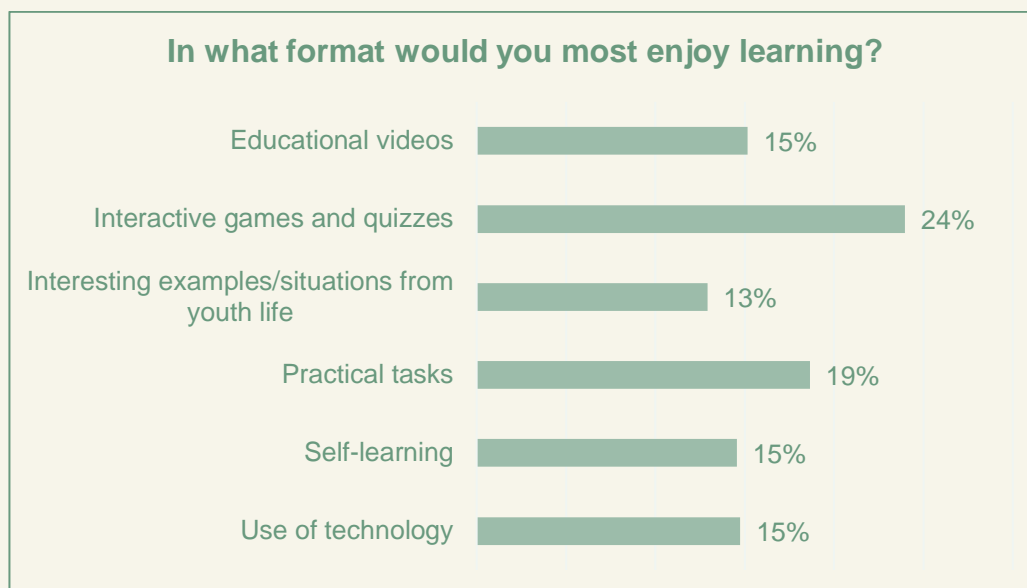


Gráfico N.º7 Formas de aprender

O gráfico n.º 8 ilustra os tópicos que mais interessam aos jovens. Os jovens manifestam interesse em aprender sobre segurança online e proteção de dados pessoais (15%), o funcionamento dos algoritmos das redes sociais (12%) e como reconhecer fraudes online e informações falsas (12%). Destacam-se também o interesse por competências práticas em matérias de IA (11%) e pelas tecnologias mais recentes (10%).

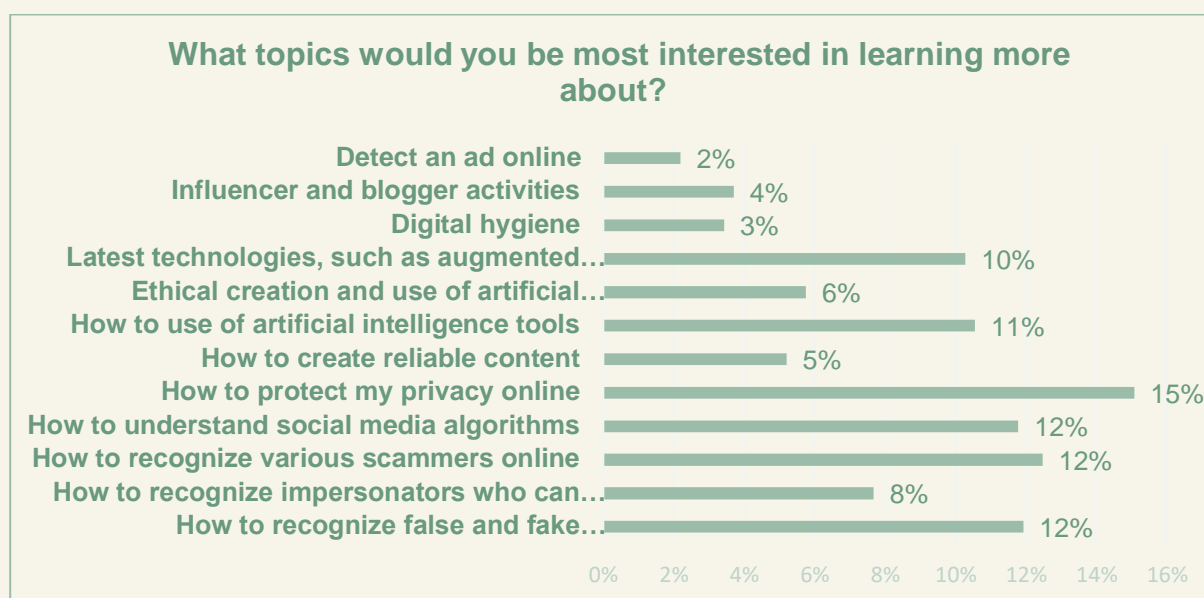


Chart No.8 The most relevant topics

CONCLUSÕES

- Embora a conectividade digital ofereça oportunidades consideráveis, também expõe os jovens a um grande risco, uma vez que ficam sobrecarregados com a vasta quantidade de informação disponível, sem terem meios para a processar e analisar de forma crítica. Muitas vezes, contentam-se com os conteúdos mais acessíveis ou populares nas plataformas das redes sociais, possivelmente sem questionar a sua exatidão ou credibilidade. Por conseguinte, é importante **reforçar**

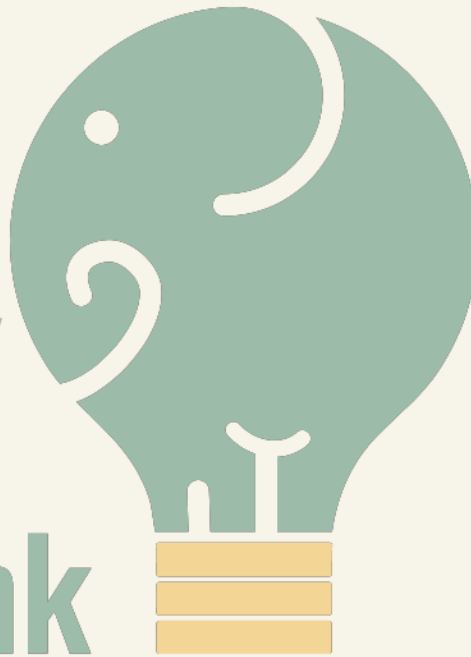


a compreensão do funcionamento do mundo dos meios de comunicação digitais e saber como navegar na enorme quantidade de informação disponível online.

- **Promover a responsabilidade pessoal na esfera digital.** Muitas vezes, as pessoas divulgam mensagens ou outros conteúdos sem pensarem nas consequências. Os jovens precisam de compreender que as suas ações online podem ter consequências e que cada palavra escrita ou opinião partilhada pode afetar a sua reputação ou a opinião pública.
- **Sensibilizar para os riscos associados à IA.** Esta tecnologia representa um perigo, na medida em que pode espalhar desinformação, notícias falsas e deep fakes, bem como conduzir à perda de competências essenciais como escrever, analisar, fazer suposições, entre outras. No entanto, em vez de evitar ou rejeitar a IA, é importante encontrar formas de a integrar corretamente na vida dos jovens.
- **A educação para a literacia mediática deve ir além do ensino de competências técnicas,** como a utilização de uma aplicação ou programa específicos. Os jovens precisam de adquirir um conhecimento mais aprofundado da informação, das suas origens e do seu impacto.

RESPONSIBLE YOUTH THROUGH MEDIA LITERACY EDUCATION

YouTHink



Project Partners

Public institution
Information Technologies Institute



SIMBIOZA
MED GENERACIJAMI

Associated Partner

