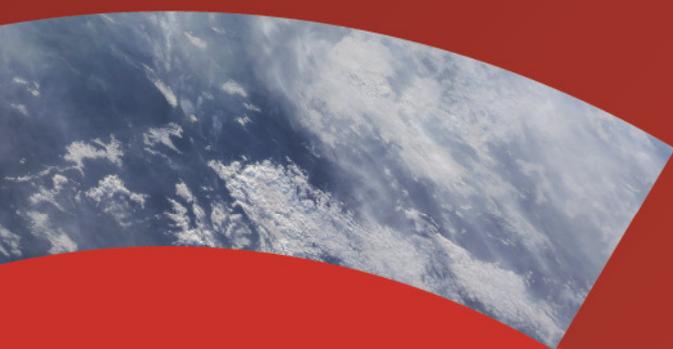




Literacia para os *Media* – Plano de Ação da ERC



LITERACIA PARA OS MEDIA – PLANO DE AÇÃO DA ERC

A ERC NO TERRENO DA LITERACIA MEDIÁTICA

O tema da literacia mediática não é novo para a ERC e o trabalho que desenvolve nessa área tem vários anos. Surge aqui a oportunidade de apresentar um balanço sobre a forma como este *plano de ação* se foi enraizando na atividade do regulador e como passou a ser uma linha de trabalho fundamental e em pleno desenvolvimento, integrando anualmente o plano de atividades da instituição.

Não é de mais lembrar que áreas como a da regulação dos órgãos de comunicação social, que lidam com conceitos e temas bastante complexos e específicos (como por exemplo a proteção de menores, o pluralismo político, o rigor informativo, entre muitos outros), inevitavelmente colocam dificuldades relativamente ao modo de os comunicar. Este é um aspeto especialmente relevante dado que o conhecimento resultante da regulação dos *media* tem todo interesse para o público em geral.

Esclarece-se que, por opção, não se reflete aqui sobre os múltiplos conceitos e teorização existente em torno da área da literacia mediática, mas apenas se enquadra a forma como a ERC se tem posicionado neste terreno.

Sublinhe-se que a literacia mediática enquanto área de intervenção não é do interesse exclusivo da ERC, sendo múltiplos os agentes da sociedade – organizados ou a título pessoal -, quer a nível nacional, quer internacional, que a ela dedicam trabalho e recursos. Alguns abordam-na como campo de pesquisa ou de trabalho, outros assumem-na como causa e militam a seu favor. Com alguns desses agentes, como se verá, a ERC tem mantido contacto, ora de forma pontual, ora de modo permanente, num intercâmbio de conhecimento, saber e experiências.

A PERSPETIVA DO REGULADOR

Educação para os *media*, educação para as tecnologias da informação e da comunicação, literacia digital, literacia dos *media* e da informação, são múltiplos os conceitos utilizados como sinónimos ou áreas de interseção da literacia mediática. Justificada a decisão prévia de ultrapassar uma reflexão sobre os debates teóricos que esta multiplicidade de nomenclaturas acarreta, clarifica-se que a ERC tem utilizado como principal referência a definição de literacia mediática presente na Recomendação da Comissão Europeia de 20 de agosto de 2009 (sobre literacia mediática no ambiente digital):

"A literacia mediática é a capacidade de aceder aos media, de compreender e avaliar de modo crítico os diferentes aspectos dos media e dos seus conteúdos e de criar comunicações em diversos contextos."

Esta definição, que propõe a literacia mediática como sinónimo de **múltiplas capacidades** na relação com os *media*, pressupõe que os indivíduos que desenvolvam essas capacidades estarão aptos a desempenhar um papel mais ativo e participativo na vida quotidiana da sociedade e a lidar melhor com a permanente "avalanche" de informação e de inovação tecnológica. E é precisamente isso que se pretende para que a sua cidadania seja vivida em pleno e de forma verdadeiramente inclusiva.

Ainda que cada um de nós possa ter maior ou menor propensão para a relação com os *media*, a verdade é que, como é normal na aquisição de qualquer capacidade, também a literacia mediática implica um **processo de aprendizagem**. A expressão «nativos digitais» enraizou-se como forma de designar todos aqueles que nascem e crescem cercados de tecnologias digitais, os quais, à partida, têm maior predisposição para o contacto com os *media*. No entanto, **a**

aquisição de competências de literacia mediática é para todos - crianças, jovens, adultos, idosos.

É fácil perceber que assim é, se tivermos em conta que no dia-a-dia todos somos chamados a relacionar-nos com e através dos *media*, seja na escola, no trabalho, em casa, nos transportes, e em múltiplas e variadas circunstâncias.

Embora esta seja uma área que exige um franco investimento na capacitação do cidadão comum (entre os quais existem níveis de literacia muito díspares), é essencial que os próprios *media* e os organismos que com eles se relacionam diretamente (como os reguladores) cultivem e incrementem a sua própria literacia mediática, com a preocupação de dela fazer beneficiar os que possam estar mais arredados.

É ponto assente entre quem se dedica a trabalhar esta área, que a literacia mediática é resultado de uma **aprendizagem que se realiza ao longo da vida, nos mais variados contextos – formais e informais** – muitas vezes de uma forma aparentemente tão natural que nem nos damos conta de que estamos a adquirir competências novas. São precisamente as múltiplas possibilidades inerentes a esse processo de aprendizagem que permitem que os agentes facilitadores dessa aprendizagem possam também ser múltiplos e variados. Se os organismos com vocação para o ensino serão sempre agentes indispensáveis na promoção da literacia mediática (nomeadamente como garante da sua inclusão nos currículos escolares dos diferentes ciclos de ensino), a ERC, entre outros, cedo percebeu que enquanto organismo regulador dos *media* também tem um papel a desempenhar nessa área.

Não é de mais recordar que estatutariamente a ERC tem como missão regular os órgãos de comunicação social (com atividade em território nacional) de diferentes *media* – Imprensa, Rádio, Televisão, Internet. Além desta relação direta com os órgãos de comunicação, a sua missão inclui ainda o relacionamento com a sociedade em geral, através dos cidadãos, a título individual, e das entidades que a interpelam, seja sob a forma de queixas e participações, seja por outros motivos. As respostas que fornece a essas interpelações e o trabalho de pesquisa sistemático que estão na base de relatórios como este, são duas das tarefas regulares que possibilitam um maior conhecimento acerca dos *media* e dos seus conteúdos, nomeadamente através da análise e verificação da adequação desses conteúdos às exigências da legislação em

vigor. Mas favorece também um conhecimento qualitativo da receção desses conteúdos, isto é, da forma como são recebidos pelos públicos.

Por estas características que definem a natureza ímpar do seu trabalho – **importa não esquecer que é o único organismo nacional responsável pela regulação de órgãos de comunicação social** - a ERC reúne condições privilegiadas à prossecução de atividade continuada nesta área. Pode – e é o que tem procurado fazer em algumas áreas - **sistematizar, traduzir e partilhar o conhecimento prático e teórico resultante da atividade de regulação dos media**, rentabilizando-o ao serviço de diferentes públicos e integrando-o no movimento global de definição das competências de literacia mediática.

Em rigor, nos doze anos de existência da ERC, é quase impossível determinar o momento em que o seu *plano de ação* de literacia mediática começou. Reconhece-se que nos primeiros anos de funcionamento foram lançadas as bases (ver caixa intitulada “Marcos”) que permitiram começar a encontrar o caminho para o desenvolvimento desse *plano de ação*, como forma de potenciar uma maior aproximação do regulador às necessidades da sociedade. Tal como não há modo de determinar a sua conclusão. Tal como o próprio processo de aprendizagem na base da literacia mediática, também este é um trabalho em continuidade.

UM PLANO DE AÇÃO INTRINSECAMENTE LIGADO À MISSÃO DA ERC

O *plano de ação* de literacia mediática da ERC tem como objetivo **contribuir para o desenvolvimento e melhoria dos níveis de literacia mediática em Portugal, bem como apoiar a implementação da literacia mediática enquanto política pública**. Esse é obviamente um objetivo ambicioso que a ERC partilha com as partes interessadas.

Ao contrário de alguns deveres dos órgãos de comunicação social que são anualmente analisados neste relatório (como por exemplo o rigor informativo ou o pluralismo e a diversidade), a literacia mediática não encontra uma referência explícita direta e literal nos Estatutos da ERC. Ainda assim, reconhece-a num dos seus principais objetivos de regulação estatutariamente definidos:

Marcos

Desde a criação da ERC foram tomadas medidas e realizados trabalhos que são o ponto de partida para o trabalho desenvolvido nos últimos cinco anos. Destacam-se alguns:

- ✓ Promoção e financiamento do *Estudo de Receção dos Meios de Comunicação Social* (2008);
- ✓ Promoção e Financiamento do estudo *A Televisão e as Crianças – Um ano de programação na RTP1, RTP2, SIC e TVI* (2009);
- ✓ Participação da ERC na fundação do *GILM – Grupo Informal de Literacia para os Media* (2009)
- ✓ Estudo sobre *Educação para os Media em Portugal – experiências, atores e contextos* (2011);
- ✓ Participação na Comissão Organizadora do Primeiro Congresso Nacional Literacia, Media e Cidadania (2011);
- ✓ Ratificação da Declaração de Braga (documento de compromisso com a promoção concertada da literacia mediática - 2011).

«Assegurar a proteção dos públicos mais sensíveis, tais como menores, relativamente a conteúdos e serviços susceptíveis de prejudicar o respectivo desenvolvimento, oferecidos ao público através das entidades que prosseguem actividades de comunicação social sujeitos à sua regulação»

Artigo 7.º, alínea C, Estatutos da ERC (Lei n.º 53/2005)

A relação deste **dever de proteção dos públicos** que define a missão da ERC com a sua vocação no campo da literacia mediática é fácil de entender. O regulador defende que, entre outras, uma das vias essenciais para garantir a proteção dos públicos é precisamente a do incremento da sua literacia mediática. Este entendimento da proteção dos públicos – que permite ao regulador demarcar-se de um papel meramente sancionatório - confere também uma visão positiva em relação aos próprios *media*, na medida em que explora as suas possibilidades ao invés de apenas impor limites. Públicos mais informados, esclarecidos, conscientes das oportunidades e limitações no acesso, utilização e adaptação aos *media* são naturalmente públicos mais capazes de se protegerem e efetuarem escolhas conscientes, seguras e críticas. Por esta razão é tão importante que a ERC continue a apostar nesta área, a qual, note-se, tem vindo a ganhar terreno na atividade de muitos reguladores de *media* internacionais.

DUAS FRENTES DO MESMO PLANO DE AÇÃO

Conhecer o *plano de ação* de literacia mediática da ERC implica reconhecer que o mesmo se tem vindo a concretizar em duas frentes: uma que diz respeito às atividades e iniciativas exclusivas do regulador, isto é, aquelas que elabora e concetualiza com base no seu próprio conhecimento e experiência; outra, relacionada com a ação concertada com parceiros que também desenvolvem trabalho nesta área. Como se verá, muitas vezes essas duas frentes acabam por se complementar.

O GILM

EM 2009 concretiza-se o compromisso que passou a ligar, no contexto nacional, a ERC a outros parceiros em matéria de literacia mediática. Em Julho desse ano nasceu o **Grupo Informal de Literacia para os Media**, geralmente designado pela sua sigla: **GILM**. Este grupo de trabalho e reflexão tem a particularidade de juntar instituições portuguesas de diferentes áreas em torno desta temática, mantendo uma natureza informal. Neste caso a informalidade significa que há a possibilidade permanente de troca de experiências e perspetivas entre pares, sem existir qualquer espécie de hierarquia entre os parceiros.

Além da ERC, na fundação deste grupo de trabalho encontram-se mais quatro instituições: o Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho (CECS/UM), o Conselho Nacional de Educação (CNE), a Comissão Nacional da Unesco (CNU) e o anterior Gabinete para os Meios de Comunicação Social (GMCS), atualmente substituído pela Secretaria-Geral da Presidência do Conselho de Ministros.

Entretanto o GILM alargou-se e passou a incluir de forma permanente mais quatro instituições: a Direção Geral de Educação (DGE), a Fundação para a Ciência e Tecnologia (FCT), a Rádio e Televisão de Portugal (RTP) e a Rede de Bibliotecas Escolares (RBE). Além dessas instituições, o Grupo tem também como membros efetivos duas personalidades, que se destacam pelo seu trabalho na área: Maria Emília Brederode Santos e Teresa Calçada. Já em 2017, o Grupo passou a integrar como membro permanente o Plano Nacional de Leitura (PNT), que tem Teresa Calçada como comissária.

Esta missão que o GILM traçou para si, é especialmente relevante se considerarmos que em Portugal não há pessoa ou instituição legalmente incumbida da missão exclusiva de promover esta área. Trata-se de colocar em diálogo múltiplos parceiros, com a mais-valia de cada um poder

identificar e reconhecer a sua especificidade e identificar potenciais pontos de interesse, mesmo com parceiros externos ao GILM.

Nos últimos anos, o Grupo constatou que havia necessidade de continuar a alargar este trabalho em rede, surgindo a ideia de criar uma espécie de núcleo alargado de parceiros associados, mantendo a mesma natureza informal. A esse núcleo o GILM decidiu **designar FILM – Fórum Informal sobre Literacia Mediática**. A ideia central na base da criação desse Fórum é fomentar a participação anual de um grupo alargado de parceiros que trabalham a área da literacia mediática como forma de possibilitar a troca de ideias, bem como definir metas e objetivos comuns para a área.

A **10 de março de 2016 o FILM teve o seu primeiro encontro formal em Lisboa**, tendo contado com a presença de cerca de 30 pessoas, em múltiplas qualidades, algumas em representação de projetos individuais, outras em representação das entidades onde desenvolvem esta área. A diversidade de relatos e olhares marcou esse primeiro encontro. Nele estiveram presentes investigadores, representantes de associações (ligadas ao consumo de *media*, à publicidade, ao cinema, entre outras áreas), representantes das bibliotecas escolares, profissionais do ensino e da educação e profissionais ligados aos *media* (jornalistas, provedores).

Cada parceiro teve a oportunidade de apresentar os seus projetos e iniciativas e contribuir para a definição de desafios (objetivos) comuns para o período 2016-2020.

PRINCIPAIS INICIATIVAS DO GILM EM 2016

Além da criação do FILM – iniciativa que marcou o ano 2016 – o maior investimento do GILM nesse ano foi a definição e organização do **4º Congresso Literacia, Média e Cidadania**¹, que se realizou no Porto, nos dias 5 e 6 de maio de 2017. Esta foi a quarta edição desta iniciativa que o Grupo tem vindo a promover de dois em dois anos, e teve como tema central «Por uma nova consciência do espaço público». Assente no pressuposto de que existe uma cada vez maior fragmentação e desmaterialização da ideia clássica de espaço público, o Grupo propôs como reflexão as oportunidades e desafios dos novos espaços públicos – de que as redes sociais são talvez o maior paradigma – bem como os perigos e paradoxos que os mesmos encerram.

Também em 2016, dando continuidade ao trabalho iniciado em 2012 (com o lançamento da iniciativa *Um dia com os Media*), o Grupo promoveu a quarta edição da iniciativa *Sete Dias com os Media*. Esta iniciativa, que simbolicamente abrange sempre a mesma semana – do dia 3 de maio (dia Internacional da Liberdade de Imprensa) ao dia 9, consiste em incentivar os múltiplos interessados a concentrar a realização de atividades que tenham como objetivo contribuir para a promoção, divulgação e incrementação da literacia mediática durante essa semana². As atividades realizadas são todas registadas e associadas a esta iniciativa numa plataforma que o Grupo criou para o efeito³.

Relativamente a esta iniciativa do GILM, é importante referir que a ERC tem vindo a participar não só como promotora, mas também através do registo e associação das suas próprias atividades, como se verá mais adiante.

PRINCIPAIS ATIVIDADES DE LITERACIA MEDIÁTICA DA ERC

Foqumo-nos agora na vertente do *Plano de ação* de Literacia Mediática da ERC que diz respeito à definição de uma linha de intervenção e ação específica do regulador.

Principais iniciativas do GILM

- ✓ 1º Congresso *Literacia, Média e Cidadania* (Braga, 25 e 26 de março de 2011);
- ✓ 2º Congresso *Literacia, Média e Cidadania* (Lisboa, 10 e 11 de maio de 2013);
- ✓ 3º Congresso *Literacia, Média e Cidadania* (Lisboa, 17 e 18 de abril de 2015);
- ✓ 4º Congresso *Literacia, Média e Cidadania* (Porto, 5 e 6 de maio de 2017),
- ✓ Um dia com os Media 2012;
- ✓ Sete Dias com os Media 2013;
- ✓ Sete Dias com os Media 2014;
- ✓ Sete Dias com os Media 2015;
- ✓ Sete Dias com os Media 2016;
- ✓ Sete Dias com os Media 2017;
- ✓ Criação do FILM - *Fórum Informal de Literacia Mediática* (10 de março de 2016).

ERC - Relatório de Regulação 2016

¹ Todas as informações sobre esta iniciativa podem ser encontradas online em <http://www.congressolmc.pt/>.

² Embora a iniciativa *Sete Dias com os Media* tenha como período simbólico a semana que se inicia a 3 de maio, a pedido de alguns interessados em participar, o grupo criou a modalidade “Atividades Associadas” que permitiu associar outras iniciativas de literacia mediática que, embora não se desenvolvam nessa semana, se realizam em períodos relativamente próximos.

³ As iniciativas registadas na edição *Sete Dias com os Media 2016* podem ser encontradas online em <http://www.literaciamediatica.pt/?diascomosmedia/iniciativas-registadas>. Na mesma página pode ter acesso às iniciativas registadas em edições anteriores.

Em 2013, aproveitando o simbolismo da iniciativa *Sete Dias com os Media*, a ERC levou para o terreno a sua primeira grande atividade prática de educação para os *media*. Intitulada «**Compreender e utilizar criticamente a informação televisiva**», essa atividade, cuja iniciativa teve origem no trabalho desenvolvido pelo *Departamento de Análise de Media da ERC* no âmbito da monitorização sistemáticas dos noticiários de horário nobre, privilegiou como destinatário o público escolar, nomeadamente os alunos do 3º ciclo de escolaridade e definiu como objetivo simplificar e desconstruir conceitos basilares da informação televisiva que permitam analisá-la e utilizá-la de forma crítica e ativa. No fundo, um contributo do regulador para que crianças em idade escolar se venham a tornar cidadãos mais capacitados, conscientes, críticos e interessados em relação à informação televisiva. Nessa primeira experiência no terreno, técnicos da ERC deslocaram-se a diferentes pontos do país, tendo sido abrangidas pela iniciativa escolas dos distritos de Aveiro, Beja, Braga, Coimbra, Évora, Lisboa, Porto, Setúbal e Viseu.

O sucesso da primeira atividade levou a que no ano seguinte nascessem novas ideias para conteúdos e atividades de literacia mediática inspiradas na missão do regulador. Nova meta internamente definida: sempre que possível **diversificar os públicos e os contextos abrangidos, bem como as problemáticas abordadas**.

À primeira atividade vieram acrescentar-se, entre outras, quatro novas ações de sensibilização que passaram a ser utilizadas pela ERC como uma espécie de programa-piloto nesta área. A saber:

✓ **«Vamos desconstruir reality shows? Entre a realidade e a ficção»**

As muitas participações que a ERC recebeu a propósito deste tipo de programas, assim como o espaço cada vez maior que passaram a ocupar nas grelhas de alguns dos principais canais televisivos em sinal aberto, foram certamente duas das principais razões que motivaram a elaboração desta atividade totalmente dedicada a analisar o formato de programa televisivo *reality show*.

Pensada para o público juvenil, esta ação tem sido implementada sobretudo em ambiente escolar.

O seu objetivo é sensibilizar para o modo como este tipo de programas são construídos e estimular a vertente crítica em relação ao consumo dos mesmos, nomeadamente através do reconhecimento dos estereótipos e das interpretações que suscitam.

✓ **«A educação para os Media no trilho da inclusão: Conhecer e compreender a sinalética na programação televisiva»**

A sinalética utilizada pelos operadores televisivos como forma de chamar a atenção para certas características dos programas que exibem é outra área que a ERC entende ter especial interesse para o cidadão em geral enquanto consumidor de televisão informado e consciente das estratégias de produção televisiva. Com esta atividade pretende-se contribuir para uma maior consciencialização em relação à presença dessa sinalética, mas sobretudo relativamente ao seu significado e utilidade como forma de possibilitar um pensamento crítico em relação à forma como é utilizada.

✓ **«Mensagens Publicitárias nos Conteúdos Televisivos»**

Os serviços da ERC que trabalham na supervisão e monitorização sistemática de conteúdos dos órgãos de comunicação social têm vindo a prestar especial atenção às estratégias utilizadas pelas televisões como forma de incluir apelos ao consumo e divulgação de marcas, bens e serviços no conteúdo dos próprios programas, alertando para os casos em que essa inclusão é considerada abusiva e está em infração relativamente à legislação em vigor. Uma vez mais, com esta atividade pretende-se contribuir para uma maior literacia em termos de publicidade, consumo televisivo e a regulação do mesmo. Adequada ao público em geral, esta atividade já foi

implementada pela ERC em universidades de marketing e publicidade, universidades seniores e escolas secundárias.

✓ «**Literacia e Média Digitais: Sabe navegar na internet de modo seguro, consciente e eficaz?**».

Nos últimos anos a área dos novos *media* tem estado no centro do trabalho do regulador, sobretudo pelos múltiplos desafios que tem colocado face à regulação dos órgãos de comunicação dos *media* tradicionais⁴. Inspirada por esses desafios, a ERC decidiu conceber uma atividade destinada a sensibilizar o cidadão comum na utilização que faz da internet, alertando, entre outras, para questões como a credibilidade da informação *online*, o reconhecimento da fiabilidade e a distinção da natureza das fontes que consulta, a consciencialização da sua pegada digital, o potencial e os perigos da navegação online, os instrumentos de segurança existentes, a distinção entre o que é de natureza pública e o que é privado.

Adequada a todo o tipo de públicos, esta atividade tem sido implementada sobretudo em bibliotecas municipais.

Um aspeto comum às atividades acima descritas é o seu formato: realizam-se em sessões de 60 a 90 minutos, nos espaços disponibilizados por quem as decide acolher. Todas têm uma componente prática, em que os participantes são incentivados a debater o tema com base na análise e apreciação dos exemplos práticos apresentados. Em geral tem sido dada preferência a conteúdos dos órgãos de comunicação social que já tenham sido trabalhados pelos serviços da ERC (quer na vertente de apreciação de queixas e participações, quer na vertente da monitorização e supervisão sistemática de conteúdos), o que visa permitir que os participantes sejam também sensibilizados para a atividade de regulação e, dessa forma, fiquem a conhecer o trabalho e a missão do regulador.

Importa referir que, sobretudo para o caso das sessões que decorrem em ambiente escolar, nenhuma destas atividades deve ser recebida como uma aula em sentido clássico, nem os técnicos da ERC se assumem como professores ou formadores. **As atividades são ações de sensibilização** em que o objetivo é alertar para as problemáticas com as ferramentas, metodologias e através da visão da regulação. Note-se que todas deram lugar a sessões que se associaram a edições subsequentes da iniciativa *Sete Dias com os Media*.

INICIATIVAS QUE MARCARAM O ANO 2016

2016 ficou marcado por novas oportunidades de aplicação das atividades de literacia mediática da ERC no terreno, em períodos diferentes e tendo por base a cooperação com parceiros de natureza diversa. Com alguns pela primeira vez, com outros dando continuidade a parcerias iniciadas em anos anteriores.

No dia 18 de maio de 2016 a ERC assinou um protocolo de colaboração⁵ com a associação **Empresários Pela Inclusão Social (EPIS)**⁶, tendo como principal objetivo **contribuir para a**

ERC - Relatório de Regulação 2016

⁴ Como resultado da reflexão crítica que o regulador tem desenvolvido sobre essa área pode ser consultado online o trabalho da ERC intitulado Estudo Novos Media –Sobre a noção de órgão de comunicação social (<http://www.erc.pt/pt/estudos-e-publicacoes/novos-media/estudo-novos-media-sobre-a-redefinicao-da-nocao-de-orgao-de-comunicacao-social>).

⁵ A versão integral do protocolo assinado entre a ERC e a EPIS pode ser consultada online no sítio da ERC (<http://www.erc.pt/pt/protocolos>).

⁶ De acordo com a mensagem do seu presidente, António Vitorino, presente no seu sítio online (<http://www.epis.pt/quem-somos/mensagem-do-presidente>), a «Associação EPIS - Empresários Pela Inclusão Social foi criada, em 2006, por um grupo de mais de 100 empresários e gestores de PortugalE» e «tem por missão a promoção da inclusão social em Portugal. Desde 2006, tem vindo a focar-se na capacitação de jovens necessitados para a realização do seu potencial ao longo da vida, através da Educação, da Formação e da Inserção

inclusão social de jovens na área da educação. Uma das vertentes contempladas nesse protocolo foi precisamente a da literacia mediática. De que forma?

A ERC propôs-se implementar algumas das suas atividades em escolas do 3º ciclo de escolaridade acompanhadas pelo programa da EPIS designado “*Mediadores para o sucesso escolar*” (ver caixa). Isso significa que sempre que um técnico da ERC se deslocou às escolas designadas, a sua atividade foi presencialmente acompanhada por um *mediador* EPIS. Os professores das turmas abrangidas também estiveram presentes.

Juntamente com uma responsável da EPIS, a equipa do *Plano de ação* de Literacia Mediática da ERC estabeleceu um programa de atividades consideradas relevantes para os alunos desse ciclo escolar, sendo que, sempre que necessário, os conteúdos foram adaptados de forma a melhor corresponder às suas necessidades e expectativas.

Tal como sintetiza a tabela abaixo, esta experiência abrangeu **cinco escolas parceiras da EPIS**⁷, quatro da área metropolitana de Lisboa e uma do Porto. Em resultado do interesse manifestado pelas próprias escolas, em duas delas a última sessão foi dedicada a aprofundar ou a dinamizar

conhecimentos adquiridos em sessões anteriores e em outras duas foi dinamizada a atividade «Mensagens publicitárias nos conteúdos televisivos».

O que são os “**Mediadores para o Sucesso Escolar**”?

Este é um dos três eixos definidores do plano de ação da EPIS. É um programa de mediação destinado a erradicar o abandono da escola e a combater o insucesso escolar, bem como a inserir profissionalmente jovens de risco. São abrangidos por este programa crianças e jovens, com idades entre os 6 e os 24 anos.

Os mediadores EPIS são psicólogos, assistentes sociais, professores e outros técnicos da área da educação cujo tempo de trabalho é 100% dedicado à missão definida para esse programa (são contratados pela EPIS durante períodos de três anos). Fazem uma supervisão presencial no terreno, tendo como área de atuação a escola ou outra instituição fora da sala de aula. Fazem uma intervenção individual e personalizada adaptada ao perfil de risco de cada aluno, mas também intervêm de forma personalizada adaptada ao perfil da família desses alunos e uma intervenção geral dirigida a grupos de pais.

Os outros dois eixos do plano de ação EPIS são o programa “Escolas de Futuro”, que apresenta propostas inovadoras e boas práticas de gestão na educação, formação profissional e emprego, e o programa “Vocações EPIS”, destinado à inclusão de jovens e adultos com baixas qualificações.

ERC - Relatório de Regulação 2016

Profissional». De acordo com a informação disponível no mesmo sítio, nessa missão da EPIS que visa integrar o ser humano ao longo da sua vida há valores considerados fundamentais: 1) humanidade e integridade; 2) conhecimento; 3) trabalho e meritocracia; responsabilidade e solidariedade.

Ao momento em que a Associação assinou o protocolo com a ERC (tal como é referido no próprio protocolo), contava com 358 empresas associadas e parceiras da sua atividade no terreno e tinha estado presente em mais de 95 concelhos de todo o País, sendo que desde a sua fundação acompanhou mais de 19 900 alunos em cerca de 280 escolas e 9 centros do Instituto de Emprego e Formação Profissional.

Para mais informações sobre a Associação por favor consulte a mesma fonte.

⁷ Inicialmente também estava previsto realizar as atividades de literacia mediática no Agrupamento de Escolas do Cerco, no Porto. Foi realizada a sessão «Compreender e utilizar criticamente a informação televisiva» no dia 8 de novembro de 2016. No entanto, por posterior incompatibilidade de agenda escolar, não foi possível dar continuidade às restantes.

Escolas parceiras da EPIS	Temas das Sessões	Datas
Escola Básica 2, 3 Cardoso Lopes (Amadora)	«Compreender a utilizar criticamente a informação televisiva»	29 novembro 2016
	«A Educação para os <i>Media</i> no trilho da inclusão: Conhecer e compreender a sinalética na informação televisiva»	6 dezembro 2016
	«Vamos desconstruir Reality Shows? Entre a realidade e a ficção»	17 janeiro 2017
	«Literacia e <i>Media</i> Digitais: Sabe navegar na Internet de modo seguro, consciente e eficaz?»	14 março 2017
	<i>Por indisponibilidade de agenda não foi realizada a última sessão</i>	
Escola Secundária Fernando Namora (Amadora)	«Compreender a utilizar criticamente a informação televisiva»	3 novembro 2016
	«A Educação para os <i>Media</i> no trilho da inclusão: Conhecer e compreender a sinalética na informação televisiva»	12 dezembro 2016
	«Vamos desconstruir Reality Shows? Entre a realidade e a ficção»	19 janeiro 2017
	«Literacia e <i>Media</i> Digitais: Sabe navegar na Internet de modo seguro, consciente e eficaz?»	16 março 2017
	«Mensagens publicitárias nos conteúdos televisivos»	11 maio 2017
Escola Secundária São João da Talha (Loures)	«Compreender a utilizar criticamente a informação televisiva»	11 novembro 2016
	«A Educação para os <i>Media</i> no trilho da inclusão: Conhecer e compreender a sinalética na informação televisiva»	15 dezembro 2016
	«Vamos desconstruir Reality Shows? Entre a realidade e a ficção»	24 janeiro 2017
	«Literacia e <i>Media</i> Digitais: Sabe navegar na Internet de modo seguro, consciente e eficaz?»	21 março 2017
	«Mensagens publicitárias nos conteúdos televisivos»	9 maio 2017
Escola Básica D. Dinis (Odivelas)	«Compreender a utilizar criticamente a informação televisiva»	4 novembro 2016
	«A Educação para os <i>Media</i> no trilho da inclusão: Conhecer e compreender a sinalética na informação televisiva»	2 dezembro 2016
	«Vamos desconstruir Reality Shows? Entre a realidade e a ficção»	26 janeiro 2017
	«Literacia e <i>Media</i> Digitais: Sabe navegar na Internet de modo seguro, consciente e eficaz?»	30 março 2017
	Dinamização dos conhecimentos adquiridos nas sessões anteriores (com base nas fake news)	11 maio 2017
Escola Básica e Secundária Rodrigues de Freitas (Porto)	«Compreender a utilizar criticamente a informação televisiva»	15 dezembro 2016
	«A Educação para os <i>Media</i> no trilho da inclusão: Conhecer e compreender a sinalética na informação televisiva»	12 janeiro 2017
	«Vamos desconstruir Reality Shows? Entre a realidade e a ficção»	15 fevereiro 2017
	«Literacia e <i>Media</i> Digitais: Sabe navegar na Internet de modo seguro, consciente e eficaz?»	15 março 2017
	Aprofundamento dos conhecimentos adquiridos nas sessões anteriores (tendo como mote o exemplo do jogo “Baleia Azul”)	9 maio 2017

Note-se que as sessões realizadas em maio de 2017 foram registadas na iniciativa *Sete Dias com os Media* desse ano.

Sessões na Hemeroteca Municipal de Lisboa

Além da EPIS, outro parceiro que em 2016 permitiu criar sinergias com este *plano de ação* da ERC foi a **Hemeroteca Municipal de Lisboa**. No caso a ligação estabeleceu-se através da **Rede de Bibliotecas de Lisboa** e resulta diretamente do acolhimento das sessões realizadas no ano de 2014 em duas das suas bibliotecas.

Em 2015 a Hemeroteca manifestou interesse em receber nas suas instalações duas sessões da ação “Literacia e *Media* Digitais: Sabe navegar na Internet de modo seguro, consciente e eficaz?». A primeira realizou-se a 25 de fevereiro⁸ e a segunda a 4 de maio de 2016.

ATIVIDADES INTEGRADAS NA EDIÇÃO SETE DIAS COM OS MEDIA 2016

À semelhança do que vem acontecendo desde 2013, também em 2016 a ERC voltou a participar na iniciativa *Sete Dias com os Media* onde foram realizadas três atividades.

A primeira iniciativa realizada pela ERC durante essa semana foi a sessão acima referida, realizada a 4 de maio na Hemeroteca Municipal de Lisboa. Também nesse dia foi realizada uma sessão sobre a atividade «Mensagens publicitárias nos conteúdos televisivos» dirigida a alunos do secundário da Escola Básica e Secundária Gil Vicente, em Lisboa. Essa mesma atividade foi novamente a base da ação de sensibilização realizada para o público de alunos do secundário, no dia 9 de maio, na Escola Secundária Pedro Nunes, também em Lisboa.

No dia 5 de maio foi realizada uma ação na Escola Secundária Luís de Freitas Branco (em Paços de Arcos) que permitiu sensibilizar alunos do 3º ciclo para a atividade intitulada «Compreender

Sinergia com a Rede de Bibliotecas de Lisboa

Recorde-se que em 2014 a ERC colocou em prática pela primeira vez a atividade focada no tema da navegação na internet de forma segura, consciente e eficaz. Como ambiente preferencial para a realização da mesma foram selecionadas algumas bibliotecas. **O objetivo foi abranger um público diverso (que incluísse adultos e seniores) presente num contexto de maior informalidade.** Uma das bibliotecas contactadas que aceitou a participar foi a **Biblioteca Municipal dos Coruchéus**, que faz parte da Rede de Bibliotecas de Lisboa. Em maio desse ano, as suas instalações e o seu público recebeu a primeira atividade, a qual foi registada na edição *Sete Dias com os Media 2014*.

Esse primeiro contacto levou a Rede de Bibliotecas de Lisboa a desafiar a ERC a participar com essa atividade no seu **projeto designado Oportunidade** - um programa de aquisição de competências de aprendizagem ao longo da vida, que tem como objetivo proporcionar espaços, contextos e atividades acessíveis a diferentes públicos (jovens e adultos), no sentido de os capacitar para uma atitude de aprendizagem permanente, tornando-os cidadãos mais capazes e pró-ativos perante a vida.

Pela convergência de objetivos entre o projeto da Rede e o seu, a ERC aceitou o desafio e a 22 de outubro de 2014 realizou essa mesma atividade na **Biblioteca Camões**.

ERC - Relatório de Regulação 2016

⁸ A ação de 25 de fevereiro de 2016 teve a particularidade de incluir na equipa da ERC que se deslocou para realizar a ação uma estagiária do Instituto Superior de Comunicação Empresarial (no âmbito de um protocolo de estágios entre as duas instituições). Nota-se a sua inclusão na equipa como forma de demonstrar que, sempre que possível, a ERC procurou sensibilizar os seus estagiários para a literacia mediática, estimulando a sua participação direta em atividades relacionadas com a área. Um ano antes, no dia 17 de abril de 2015, duas estagiárias do mesmo Instituto participaram na dinamização da banca da ERC. presente na montra de projetos realizada durante o 3º Congresso Literacia, Media e Cidadania.

e utilizar criticamente a informação televisiva». Foram realizadas duas sessões distintas, a primeira com uma turma do 7º ano, seguida de uma sessão com alunos de uma turma do 8º ano. É ainda de notar que na semana seguinte à edição *Sete Dias com os Media 2016*, no dia 12 de maio, a ERC deslocou uma técnica à Universidade do Algarve, onde realizou uma sessão aberta dedicada ao tema «O Rigor Informativo – os princípios e os limites legais aos conteúdos jornalísticos». Com essa atividade destinada aos alunos do curso de Ciências da Comunicação (embora aberta ao público em geral), a ERC procurou elucidar acerca dos deveres dos operadores televisivos e dos direitos dos telespetadores, tendo como finalidade uma informação mais isenta e rigorosa.

OS ÚLTIMOS ANOS EM PERSPETIVA: 2012-2017

O balanço geral destes últimos anos de incursão da ERC no terreno da literacia mediática é animador, sobretudo pelo enraizamento que essa área tem encontrado no trabalho regular desta Entidade e pelo envolvimento que tem gerado entre os seus colaboradores e quadros dirigentes. A validação do trabalho tem chegado sobretudo pelas seguintes vias:

- Na relação com os parceiros do GILM pela capacidade de manter o compromisso e cooperação, concretizada na participação sistemática nas suas reuniões de trabalho e na articulação dos seus membros como forma de dar continuidade a iniciativas e objetivos comuns. Apesar dos constrangimentos que o Grupo enfrentou, desde 2012 foram realizados três congressos dedicados ao tema. De notar que todos tiveram uma adesão considerável em termos de número de participantes (próxima ou superior a 200 em cada edição).

O sucesso da iniciativa *Um dia com os Media* em 2012 ditou a sua transformação e alargamento na iniciativa *Sete Dias com os Media*, que já conta com cinco edições e tem permitido conhecer e incentivar novas experiências, atores e contextos que fomentam a literacia mediática.

- Na abertura e disponibilidade das instituições que têm recebido atividades da ERC, disponibilizando os seus recursos e permitindo uma relação direta com os seus públicos ou a interação com os seus projetos, como é o caso da EPIS ou da Hemeroteca Municipal de Lisboa.

- No acolhimento dos próprios públicos às atividades realizadas. Embora não exista uma medida que quantifique esse acolhimento, ela tem sido constatada nas reações e comentários que nos chegam.

- Ao nível da própria instituição, na possibilidade de criar equipas multidisciplinares.

- Na participação internacional em eventos com relevo para esta área. No período em balanço destacam-se a participação: no *1º Fórum Europeu de Literacia para os Media e a Informação* (maio de 2014), no *Latin American and Caribbean Media and Information Literacy Forum* (dezembro de 2014), no *Foro Internacional sobre Derechos de las Audiencias* (dezembro de 2015). A atenção e o acompanhamento do trabalho de agentes internacionais na área da literacia mediática também se coloca ao nível da interação com organismos reguladores dos *media* de outros países. Neste caso, é de referir, entre outras, a recente participação da ERC (em maio de 2017) no 45º Encontro da EPRA (*European Platform of Regulatory Authorities*), nomeadamente a presença no Grupo de Trabalho sobre o tema «*Media Literacy – Mapping key initiatives & researching media use*».

Os pontos acima referidos sistematizam parte do trabalho realizado. A ERC considera que embora a experiência dos últimos cinco anos se assuma como muito válida, o caminho a percorrer nesta matéria é longo e muito está ainda por fazer. Para o futuro perspetiva-se um maior investimento no contributo específico do regulador para esta área, sem prejuízo da continuidade das restantes parcerias e da abertura a novas experiências de trabalho em rede.