

Ensinar para alcançar!

Unidade de conteúdo 4



SAY:
„BYE, POLARITY“



Co-funded by
the European Union

Índice

4	Polarização na política	2
4.1	Introdução (building knowledge) - 10min	2
4.2	Regular a nossa coexistência (construção de conhecimentos) – 120 min.....	2
4.3	Diversidade (aplicação de conhecimentos) – 30 min	4
4.4	Leis (construção de conhecimentos) – 50 min	5
4.5	Os Media (construção de conhecimentos) – 50 min.....	6
4.6	Valores-notícia (construção de conhecimentos) – 20 min.....	6
4.7	Enquadramento (aplicação de conhecimentos) – 30 min.....	7
4.8	Redes sociais (construção de conhecimentos) – 50 min.....	8
4.9	Fake News – Notícias falsas (aplicação de conhecimentos) – 30 min	10
4.10	Propaganda (construção de conhecimentos) – 30 min.....	12
4.11	A própria editora (aplicação de conhecimentos) – 120 min.....	13
4.12	Painéis de discussão (aplicação de conhecimentos) – 50 min.....	16
4.13	Em rede com outras escolas (assegurar conhecimentos) – 10 min	17
	Bibliografia	18

4 Polarização na política

4.1 Introdução (*building knowledge*) - 10min

O que significa „polarização“?

O nosso mundo é um lugar diverso. As pessoas têm ideias, necessidades e desejos diferentes, perseguem objetivos diferentes e veem significado em coisas diferentes. Têm ideias diferentes sobre o bem e o mal, não tiveram todas a mesma educação e formação, não cresceram nas mesmas circunstâncias e tiveram experiências muito diversas nas suas vidas.

Toda esta diversidade pode ser um grande enriquecimento se aprendermos a lidar com ela. Trata-se de uma grande tarefa, especialmente num mundo que está a mudar rapidamente e que está a ficar cada vez mais próximo através das tecnologias modernas. No entanto, se não aprendermos a fazê-lo, os diferentes modelos de vida podem também dar origem a múltiplos conflitos e disputas. O aparecimento destes conflitos é designado por polarização. Isto significa que se desenvolvem polos rígidos entre as pessoas, que, tal como os polos norte e sul da Terra, estão longe um do outro e podem até ser opostos um ao outro. A polarização pode ocorrer sempre que ideias, hábitos, circunstâncias, atitudes ou expectativas diferentes se chocam e não são mediadas umas com as outras. Se, para além disso, a polarização entre pessoas não for tratada, podem surgir muitas dificuldades: Ignorância, exclusão, discussões ou mesmo violência.

Reconhecer, abordar e superar a polarização é, portanto, parte da construção de um mundo pacífico, comunitário e respeitoso, no qual todas as pessoas podem encontrar o seu lugar, tanto em pequena como em grande escala.

O que é a "polarização na política"?

A polarização surge-nos particularmente como um fenómeno político. Quando as pessoas entram em conflito nas suas visões do mundo, nas suas diferentes ideias sobre a vida em comum e sobre as suas regras, leis, tabus e costumes, podem surgir situações difíceis. Não entendemos aqui a política como algo que só acontece na Internet, nos jornais ou na televisão, mas como *a nossa própria participação na formação da nossa vida em comum*. Assim que entramos numa conversa sobre como queremos viver em conjunto, estamos a participar na política. Isto pode acontecer em pequena ou grande escala, na sala de aula, mas também entre amigos ou na sociedade. Como podemos ver, a política está em todo o lado. Perguntamos agora: como é que a podemos fazer para evitar a polarização ou, pelo menos, para a reduzir?

4.2 Regular a nossa coexistência (*construção de conhecimentos*) – 120 min

Tomem consciência de onde a vossa vida é determinada por regras. Isto não se refere apenas às regras que alguém estabelece ou pronuncia diretamente. As regras também podem ser não ditas, tácitas ou (supostamente) evidentes. Trata-se, por exemplo, não tanto de leis estabelecidas, mas mais de costumes, maneiras ou cortesias. As regras claramente estabelecidas são designadas por *regras explícitas*. As regras que são mais suscetíveis de serem tácitas e que ninguém escreveu em lado nenhum são chamadas *regras implícitas*.

Relevância Prática

Formem grupos na turma. Cada grupo ocupa-se de um dos seguintes domínios:

- a) a turma da escola
- b) grupo de amigos
- c) a família
- d) o espaço público

Em 20 minutos, encontrem o maior número possível de regras implícitas e explícitas da vossa área. Depois, apresentem-nas aos outros grupos em poucos minutos.

Certamente já notaram que existem muitas regras explícitas e implícitas que moldam a nossa vida em comum. Há coisas que nos são permitidas e não permitidas em certas áreas da vida, coisas que é suposto fazermos e não fazermos, coisas que são esperadas de nós e coisas que devem ser evitadas.

Relevância Prática

Agora, comparem os diferentes domínios entre vocês. Examinem se e em que medida podem existir conflitos entre as diferentes regras. Talvez existam regras na vossa família que a escola não aceite ou vice-versa? Talvez façam coisas no vosso círculo de amigos que nunca fariam na vida pública.

Falem tão abertamente quanto possível. Registem as vossas comparações e, sobretudo, os pontos de tensão entre as diferentes áreas da vida em comum.

A polarização surge nestes pontos de pressão. Surge quando certos sistemas de regras que moldam a nossa vida em comum podem entrar em conflito uns com os outros. Talvez estejamos habituados a que certas coisas tenham de ser feitas de uma determinada maneira. Talvez estejamos convencidos disso. Se alguém as faz de uma forma completamente diferente ou espera que não as façamos ou que as façamos de uma forma completamente diferente, isso leva frequentemente à irritação. A polarização pode surgir dessas irritações se não se falar sobre o assunto. Por isso, falamos sobre o assunto.

Relevância Prática

Estamos agora a trabalhar em cartazes sobre a questão de como a polarização pode surgir através de conflitos sobre regras e, especialmente, como esta polarização pode ser evitada ou, se já tiver surgido, como pode ser reduzida. Lembrem-se: não existem apenas regras escritas e claramente comunicadas entre as pessoas (= regras explícitas). Existem também regras implícitas, que são aquelas que são esperadas de nós de forma mais implícita.

Depois de bem preenchidos os cartazes, passa-se imediatamente à questão: e agora, o que fazer?

Que regras devem ser tratadas para evitar ou, pelo menos, minimizar a formação de polos entre as pessoas?

Que medidas devem ser tomadas para evitar ou minimizar a formação de polos entre as pessoas?

Com base nestas perguntas, elaborem em conjunto uma grelha na qual introduzam as respostas.

Têm agora uma boa visão geral do surgimento da polarização através de conflitos de regras, que devem ser tidos em conta ao moldar a nossa coexistência.

4.3 *Diversidade (aplicação de conhecimentos) – 30 min*

Especialmente na nossa convivência social, deparamo-nos repetidamente com diferentes regras implícitas e explícitas que devemos seguir. Isto tem impacto em muitas áreas da nossa vida:

- Grupos profissionais
- Perceção de género
- religião
- costumes culturais
- grupos etários
- internet
- corpo

...

Relevância Prática

Selecione algumas das áreas da vida acima mencionadas ou outras áreas em que identifique uma potencial polarização com base em regras implícitas e explícitas nessas áreas da vida. Consoante o tempo de que dispõe, pode pesquisar os diferentes domínios na Internet e noutros meios de comunicação social e realizar inquéritos.

No final, devem não só ter calculado o potencial de polarização, mas também formular possibilidades concretas de ação para a reduzir: por exemplo, "Poder-se-ia ..." // "Seria vantajoso se ...". O resumo deste apelo à ação é feito numa plataforma digital comum, como o Google Drive, Dropbox ou outra, e é apresentado online.

4.4 Leis (construção de conhecimentos) – 50 min



As leis são regras explícitas que devem enquadrar a nossa vida em comum. As leis não só regulam o que nos é permitido fazer e o que não nos é permitido fazer, como também ajudam a determinar o que devemos e o que não devemos fazer, o que se espera de nós em determinadas situações e como nos devemos comportar (lembrem-se, por exemplo, que em muitos países são obrigados por lei a prestar ajuda se alguém estiver a precisar; as leis também determinam, por exemplo, quais os direitos que uma pessoa tem em relação a outra pessoa ou ao Estado).

Relevância Prática

Façam uma pesquisa online em pares ou em grupos. Em muitos países, a maioria das leis está disponível online. Em grupo, escolham uma ou mais áreas da vida (por exemplo, educação, trabalho, ambiente) cujas leis queiram pesquisar e conhecer.

De seguida, analisem em que medida as leis deste domínio da vida tentam evitar possíveis conflitos e polarizações. Pensem, por exemplo, nos direitos fundamentais, como os direitos de liberdade, os direitos de igualdade, ...

Depois, verifiquem também em que medida a legislação que estão a analisar pode, por vezes, promover a polarização porque, por exemplo, parece injusta ou desfavorece certas pessoas e favorece outras.

Façam um resumo das vossas conclusões e apresentem-nas uns aos outros. De seguida, discutam o que deve ser feito.

Como tarefa adicional, podem também tentar descobrir quais as forças políticas do vosso país que defendem o quê em relação à situação legal que investigaram.

4.5 Os Media (construção de conhecimentos) – 50 min

As posições sociais e políticas das pessoas são muito influenciadas pelos meios de comunicação social. Por isso, também é importante, em questões de polarização, conhecer a influência dos media e ser capaz de lidar com eles. Por detrás da palavra "*media*" existem muitos formatos diferentes.

Relevância Prática

Normalmente, quando pensamos na palavra media, pensamos em coisas como a Internet, as redes sociais, a televisão, a rádio, os jornais, ...

Pergunte à sua turma que outros meios de comunicação conhecem. Depois, façam uma lista de formatos individuais que conhecem, por exemplo, certos jornais, certos canais ou programas de televisão, certos canais de redes sociais ou criadores de conteúdos, etc.

De seguida, entrem num debate mútuo sobre como avaliariam a qualidade dos formatos listados de acordo com as seguintes questões:

- Credibilidade da informação?
- Compreensibilidade da informação?
- Utilidade da informação?
- Valor lúdico da informação?

Em seguida, discuta quais os formatos mediáticos em que confiam e porquê.

4.6 Valores-notícia (construção de conhecimentos) – 20 min

Provavelmente já repararam que diferentes formatos de media, como programas de televisão, certos jornais e revistas ou criadores de conteúdos especiais na Internet, também lidam com a informação de formas muito diferentes. Um jornal dá ênfase a explicações longas e pormenorizadas, o outro a títulos curtos e muitas imagens. Um criador de conteúdos cria vídeos longos em que aborda temas em pormenor, o outro tenta antes fazer rir o seu público.

Tudo isto porque os diferentes formatos de media seguem *valores-notícia* diferentes. Um valor noticioso é o que dá a uma notícia o seu *estilo* e determina a forma como é apresentada.

Distinguimos 3 valores-notícia centrais:

- a) Valor de informação e conhecimento: A mensagem é principalmente orientada para a expansão do conhecimento, tornando o mundo mais compreensível ou explicando a complexidade de uma questão.
- b) Valor de utilidade: A mensagem destina-se principalmente a ajudar as pessoas na sua vida quotidiana e na sua orientação.
- c) Valor de entretenimento: A mensagem deve, antes de mais, provocar emoções e, por conseguinte, entreter. Deve fazer rir ou provocar raiva, deve escandalizar ou causar consternação.

Relevância Prática

Os diferentes formatos de media colocam normalmente um dos três valores noticiosos no centro da sua reportagem e do processamento da informação. Em grupo, verifiquem os valores-notícia dos diferentes meios de comunicação social que conhecem (Internet, jornais, programas de televisão, emissões de rádio, ...).

Se possível, encontrem um tema da atualidade e vejam como os diferentes meios de comunicação o estão a noticiar. Analisem os valores noticiosos que provavelmente utilizarão como guia.

Finalmente, reflitam em conjunto sobre a forma como a orientação para um valor noticioso pode também promover a polarização. Registem as vossas conclusões no quadro.

4.7 Enquadramento (aplicação de conhecimentos) – 30 min

Provavelmente conhece a velha questão: O copo está meio cheio ou está meio vazio? Com esta pergunta, pretende-se demonstrar um fenómeno muito específico: chama-se *enquadramento*. Pensem da seguinte forma: independentemente da resposta que derem, ela é verdadeira. Porque o copo está, de facto, meio cheio e meio vazio. Mas o facto de se dizer "meio cheio" ou "meio vazio" altera a forma como a informação é percebida.

Eis outro exemplo: Um novo sistema de travagem para automóveis chega ao mercado e é publicitado. Após testes e estudos exaustivos, o anúncio pode dizer o seguinte:

- a) O sistema de travagem permite reduzir os acidentes em 90% dos casos.
- b) O sistema de travagem não tem qualquer efeito em 10% dos casos.

Ambas as mensagens são verdadeiras. Mas qual é que acha que a empresa vai escolher?

Aqui também usa o *enquadramento*. Esta palavra vem de *frame* (moldura). Uma informação é enquadrada *de uma determinada forma* para que seja sentida de uma determinada maneira. A isto chama-se *enquadramento* da informação. Pode ser *enquadrada* pela linguagem, mas também por imagens. As molduras não são *mentiras*, mas fazem-nos perceber e sentir a informação de uma determinada forma.

Relevância Prática

Em pares, examinem diferentes formatos dos media e tentem descobrir como enquadram a informação. Pode ser útil procurar diferentes reportagens sobre o mesmo tema. Assim, descobrirão rapidamente que enquadramentos são criados para a informação relatada, de modo que esta apareça sob uma determinada luz.

Depois, visitem trends.google.com. Aí podem acompanhar a evolução de determinados termos de pesquisa em diferentes períodos e áreas geográficas. Comparem quadros diferentes uns com os outros. Ou seja, não se comparam temas diferentes, mas sim termos diferentes que têm a ver com o mesmo tema (por exemplo, "alterações climáticas", "crise climática" e "catástrofe climática"). Descubram quais os enquadramentos existentes no público.

Comparem os vossos resultados na aula e depois pensem em como o enquadramento da informação pode contribuir para a polarização entre as pessoas. Pensem no que poderiam fazer para evitar a polarização através do enquadramento.

4.8 Redes sociais (construção de conhecimentos) – 50 min



As redes sociais são um terreno muito influente para o surgimento da polarização através dos media. Primeiro, reúnam na turma as plataformas de *redes sociais* que conhecem e expliquem como funcionam (por exemplo (e.g. Youtube, Instagram, TikTok, WhatsApp, Facebook, Telegram, ...)).

Para compreender a importância das redes sociais na polarização, é muito importante saber como funcionam. Todas as redes sociais funcionam com os chamados algoritmos. Os algoritmos são instruções de programa que decidem o que é mostrado ao utilizador e o que não é. Para este efeito, a rede social que utiliza recolhe dados sobre o utilizador através do seu comportamento de deslocação e de clique. Recolhe aquilo em que o utilizador carrega com mais frequência, onde se desloca ou passa o dedo, ou o que vê e durante quanto tempo. Com base nestes dados, são-lhe mostrados conteúdos semelhantes e comparáveis para aumentar o tempo que passa nas redes sociais. A isto chama-se *Design Sedutor de Interação*.

Relevância Prática

Em conjunto com a turma, pensem brevemente nos tópicos e conteúdos que podem fazer com que as pessoas permaneçam mais tempo nas redes sociais. Façam uma lista.

Se analisarem a vossa lista, poderão constatar alguns pontos comuns em termos de temas e conteúdos. Existe uma escada simples que ilustra como a polarização é incentivada ou mesmo criada com determinados temas e formatos de conteúdo:

a) a) Emocionalização

Lembrem-se de como os *algoritmos* funcionam nas redes sociais. Eles mostram principalmente as coisas em que se clica frequentemente, que são vistas durante muito tempo ou com as quais se interage muitas vezes (por exemplo, gostos, comentários, partilhas, ...). Se olharmos para os conteúdos em que este tipo de coisas ocorre mais, a resposta é simples. É o conteúdo que *emociona*.

A emocionalização significa que algo desencadeia sentimentos fortes. Nas redes sociais (mas não só!), os conteúdos e os temas que *emocionam* são, por isso, dominantes. A melhor forma de o conseguir é através de temas de entretenimento, agressão, sexualidade ou medo. Por esta razão, os conteúdos de maior sucesso nas redes sociais (mas não só!) servem normalmente estas 4 áreas. A partir daqui, porém, surge o verdadeiro problema.

b) Profecia auto-suficiente

Se me são mostrados principalmente conteúdos das áreas com as quais interajo frequentemente, que vejo durante mais tempo ou que reencaminho, então é criada uma atração. Porque quanto mais interajo com determinado conteúdo, mais esse conteúdo me é mostrado. Por esta razão, parece cada vez mais que o mundo dos temas e da informação consiste principalmente nos temas que me são apresentados e aos quais reajo emocionalmente.

Esta situação pode evoluir para a chamada profecia auto-realizável. Isto significa que o meu próprio comportamento de clicar, gostar e partilhar nas redes sociais contribui para que as minhas opiniões ou receios sobre um determinado tópico sejam confirmados pelas publicações apresentadas.

c) Bolha de filtro

Desta forma, é criada uma *bolha de filtro* em relação ao conteúdo e aos tópicos que me são apresentados. Limito cada vez mais o meu comportamento de informação a tópicos selecionados e parece cada vez mais que o mundo consiste principalmente nos tópicos, conteúdos e informações que me são apresentados. Começo a viver cada vez mais na minha bolha e ouço pouco ou nada sobre outros tópicos, conteúdos e informações.

Desta forma, cria-se uma visão muito seletiva do mundo. Também afeta os meus contatos nas redes sociais na etapa seguinte.

d) Câmara de eco

Passo a passo, os meus contatos interpessoais também se concentrarão nas pessoas da minha bolha de filtros. Por um lado, o algoritmo garante que me são mostradas principalmente pessoas com um comportamento de utilizador semelhante. Por outro lado, através das funções "gostar", "partilhar" e "comentar", mais cedo ou mais tarde encontrarei mais pessoas que pensam como eu e as pessoas com outros interesses, tópicos ou ideias serão pouco ou nada apresentadas.

A isto chama-se uma *câmara de eco*, ou seja, encontro-me então numa câmara de informação da qual regressa como eco exatamente aquilo que eu grito. Desta forma, os pontos de vista na minha bolha de filtro tornam-se cada vez mais enraizados e começo a bloquear pontos de vista alternativos, objeções críticas e contra-argumentos bem fundamentados.

a) Isolamento e polarização

Se chegar ao ponto de ficar principalmente na minha bolha de filtro emotiva e na minha câmara de eco, que repetidamente me confirma o que procuro, ocorre o isolamento da diversidade do mundo. Recuo para alguns temas e pontos de vista aos quais me agarro e deixo de ter tempo para refletir sobre alternativas. Por outras palavras, isolo-me.

Se, no entanto, outros temas, pontos de vista ou argumentos entrarem na minha bolha de filtro, rapidamente os vejo como adversários, inimigos ou ameaças e contraponho-os com um comportamento adequado. A polarização conflituosa toma então o lugar de um debate benevolente e reflexivo. Esta situação é ainda mais favorecida por temas que suscitam fortes emoções.

Relevância Prática

Agora, reúnam-se em pequenos grupos. Cheguem a acordo sobre um tema emocional e pesquisem o comportamento dos utilizadores nas redes sociais. Procurem, em particular, o aparecimento de conflitos e polarizações e analisem a forma como as medidas são tomadas ou poderiam ter sido tomadas. No final, apresentem as vossas conclusões à turma.

De seguida, passem ao trabalho individual. Escreve um diário fictício no qual reflitas sobre o teu comportamento nas redes sociais e percebes quais são as tuas emoções, bolhas de filtro e câmaras de eco e se já corres o risco de polarização.

Se não utilizam as redes sociais, podem inventar um utilizador fictício para escrever sobre ele.

Sejam honestos, não têm de mostrar o vosso trabalho a ninguém. É para a tua autorreflexão.

4.9 Fake News – Notícias falsas (aplicação de conhecimentos) – 30 min

Na nossa era, aconteceu uma coisa maravilhosa: Cada vez mais pessoas podem obter mais e mais informações e também partilhar informações com os outros. Nunca na história da humanidade estivemos tão bem ligados e soubemos tanto.

Infelizmente, esta abertura da informação também conduz, muitas vezes, à disseminação de desinformação, de deturpações deliberadas e de mentiras descaradas. Por detrás disto está normalmente um objetivo a atingir com a divulgação das chamadas *notícias falsas*. Dinâmicas como a emotividade, as bolhas de filtro ou as câmaras de eco também contribuem para as notícias falsas (ver exercício 4.8). As *notícias falsas* podem levar rapidamente à polarização, uma vez que normalmente trabalham com imagens de inimigos, adversários e ameaças.

Relevância Prática

Existem muitos sítios na Internet que se dedicam a expor notícias falsas e mentiras online. Procurem sites deste género e pesquisem os temas típicos que circulam na Internet. Depois, individualmente, em pares ou em pequenos grupos, analisem esses tópicos e apresentem à turma o que está a ser "falsificado" e como, e quais são os factos reais.

Consoante o tempo de que tiverem, podem também aumentar a pesquisa.

O termo investigação surgiu no último trabalho. A arte da investigação é uma das principais ferramentas contra as *notícias falsas* e o perigo da polarização com base nelas. Por isso, eis alguns dos principais pontos de uma boa investigação:

- a) Ser crítico não só em relação à informação, mas também em relação a nós próprios.

É muito fácil ter uma atitude em relação a certas informações: Não acredito ou: pode estar tudo errado. É mais difícil ter esta atitude em relação a si próprio. Porque podemos simplesmente não ter informação suficiente, estar enganados ou simplesmente compreender demasiado mal certas coisas. Nesse caso, torna-se suscetível cair em notícias falsas. Por isso, é importante manterem-se sempre críticos em relação a vocês próprios e não apenas em relação ao mundo.

- a) Pesquisar fontes diferentes

Certifiquem-se sempre de que a informação que obtêm sobre os temas não provém apenas de uma ou de algumas fontes. Quanto mais fontes diferentes procurarem, mais diversificada será a vossa visão do tema e mais capazes serão de reconhecer as falsificações. Tornem-se especialistas o melhor que puderem.

- b) Ouvir opiniões alternativas

Na pesquisa de fontes, é particularmente importante analisar as posições sobre um tema que se opõem à vossa própria posição. Isto não significa que tenham de acreditar nelas imediatamente, mas é crucial conhecer pontos de vista alternativos para conseguir uma boa visão entre eles.

- c) Verificar a fiabilidade das fontes

Mesmo que se pesquisem muitas fontes, isso não significa que todas elas sejam igualmente importantes, igualmente significativas ou igualmente bem elaboradas. Uma fonte que tenha sido o produto de anos de trabalho académico tem um valor diferente de uma fonte que foi uma ideia espontânea na sala de estar de alguém e depois partilhada no YouTube. Por isso, não se limitem a analisar as diferentes fontes, mas verifiquem também a qualidade das mesmas. É crucial que a fonte permita conhecer a própria criação e desenvolvimento. Se não o fizer, pode ser simplesmente inventada.

- d) Dedicar tempo à investigação

Como podemos ver, a investigação é um processo moroso, fastidioso e complexo. Mas é necessária se não quisermos acreditar em tudo o que encontramos nos media.

- e) A crítica dos media não é uma rejeição total dos media

Sejam críticos em relação a todos os meios de comunicação social. Todos eles podem estar a enganar, a espalhar falsidades ou a produzir notícias falsas. Mas uma atitude crítica não é o mesmo que rejeitar simplesmente todos os media ou ouvir apenas aqueles que correspondem à nossa opinião. Isso não

é crítica, mas sim um isolamento total face à diversidade do mundo. E onde há isolamento, há polarização, não se esqueçam disso.

Também os meios de comunicação social são feitos por pessoas e, por isso, muitas vezes errados, mal trabalhados ou com fins manipuladores. Mas afastar-se completamente dos meios de comunicação social ou consumir apenas determinados meios de comunicação social não reduz a polarização - nem em si nem no mundo.

Relevância Prática

Agora escolham um tema individualmente e sigam os passos a - f.

Façam uma apresentação sobre as vossas conclusões.

4.10 Propaganda (construção de conhecimentos) – 30 min

Uma forma particularmente perigosa de transferência de informação polarizadora é a chamada propaganda. Atualmente, propaganda é um termo com conotações negativas (nem sempre foi o caso) e significa que as pessoas devem desenvolver determinadas opiniões, visões do mundo e preconceitos de uma forma orientada, manipulando e influenciando a informação. Assim, a propaganda resulta sempre numa polarização.

A propaganda segue determinadas técnicas que devem ser conhecidas se se quiser reduzir a polarização. É claro que está sempre a desenvolver novas formas, pelo que é preciso estar atento, mas alguns métodos básicos mantêm-se sempre. Os métodos mais importantes são

- a) Informação inventada ou enquadrada

A propaganda trabalha sempre com o enquadramento ou as notícias falsas. Já foram informados deste facto nas tarefas anteriores.

- b) Imagens do inimigo

Na propaganda, é construída uma grande variedade de imagens polarizadas do inimigo. Estas podem ser determinados grupos de pessoas, determinadas instituições ou determinadas visões do mundo ou estilos de vida. As imagens do inimigo que são construídas são então normalmente demonizadas, ou seja, tudo o que há de mau no mundo é-lhes atribuído, e os proponentes da propaganda, por outro lado, são moralizados, ou seja, retratados como os bons da fita.

- c) Categorização e simplificação

O mundo é um lugar complexo. Na propaganda, é normalmente simplificada e dividida em categorias inventadas e facilmente compreensíveis (por exemplo, o bem e o mal). Isto facilita a manipulação das pessoas porque as categorias simples exigem muito menos esforço do que as circunstâncias complexas. A categorização é também acompanhada de uma representação do mundo em estereótipos, ou seja, o mundo torna-se explicável através de alguns clichés e preconceitos simples...

- d) Maximização

Na propaganda, são construídos, passo a passo, factos cada vez mais extremos. O que é defendido é apresentado como absolutamente positivo, o que é rejeitado como absolutamente negativo. O que se quer realçar é considerado particularmente importante, significativo e grandioso, o que não se quer

na consciência das pessoas é considerado sem importância, vazio ou não é divulgado de todo. A maximalização também inclui o heroísmo ou a representação de si próprio ou do seu próprio grupo como particularmente importante. O resultado é que a representação do mundo se torna cada vez mais extrema e polarizada.

e) Eufemização

Um eufemismo é um termo destinado a tornar uma situação má mais suportável através da utilização de uma palavra "mais simpática". Por exemplo, na propaganda não se fala de "assassinio", mas sim de "reinstalação" ou não se fala de "guerra", mas sim de "operação militar" e coisas do género. Quando esta expressão linguística ofuscante ou eufemística entra na mente das pessoas, é mais provável que acreditem na propaganda e que as ações dos propagandistas sejam apresentadas sob uma luz favorável.

f) Historização

A propaganda funciona muitas vezes justificando-se a si própria através do recurso a uma história geralmente distorcida, especialmente enquadrada ou simplesmente inventada. Os factos históricos são distorcidos, falsificados ou retirados do contexto, para dar uma ênfase especial à própria propaganda. Desta forma, a propaganda também justifica frequentemente a falta de alternativas às suas próprias ações (por exemplo, "Agora não podemos evitar...").

g) Emocionalização

A propaganda trabalha com emoções simples. Em ligação com as outras técnicas apresentadas, está principalmente orientada para emoções que são fáceis de gerar. Isto aplica-se sobretudo ao medo, à raiva ou ao ódio em relação às imagens do inimigo ou à euforia, ao entusiasmo e à certeza em relação à própria propaganda. Isto inclui também técnicas de glorificação e exagero em todas as direções.

Relevância Prática

Em pares, explorem a vastidão da paisagem mediática (online ou offline).

Analise os conteúdos que encontrarem de acordo com os critérios apresentados e considerem até que ponto podem já ser classificados como propaganda.

Apresentem os vossos resultados à turma.

4.11 A própria editora (aplicação de conhecimentos) – 120 min

Atualmente, é uma competência central de uma pessoa politicamente educada conhecer os media e o seu funcionamento. Esta competência é ainda mais importante porque os media de todos os formatos (redes sociais, internet, televisão, jornais, rádio, ...) contribuem frequentemente para a polarização da sociedade. Quem tem a informação à sua disposição, a processa e a divulga, tem um grande poder.

Mas há muito que vivemos numa época em que não somos meros consumidores de meios de comunicação e de informação. No máximo, o avanço triunfante da Internet transformou-nos em produtores e divulgadores permanentes de informação. Por outras palavras, somos todos nós jornalistas.

Por esta razão, é uma competência igualmente central saber lidar com este papel de disseminador de informação. Nenhuma escola ensina melhor do que a sua própria prática. É por isso que estamos agora a criar as nossas próprias editoras.



Relevância Prática

Reúnam-se em pequenos grupos e criem equipas editoriais. Decidam qual o meio de comunicação em que gostariam de trabalhar. Podem escolher entre:

- BLOG (ou seja, website com textos)
- PodCast (ou seja, formatos de áudio como na rádio)
- VLOG (ou seja, formatos de vídeo como na televisão)

...

Quando descobrirem o vosso tema, pensem nos primeiros passos:

- O que é que queremos informar e como?

Isto significa os tópicos sobre os quais querem apresentar. Querem limitar as vossas reportagens ao que está a acontecer na escola ou também querem fazer reportagens sobre acontecimentos mundiais? Querem ser um meio de informação factual ou também querem fazer comentários? Devem ser feitas entrevistas? Que outros formatos pretendem utilizar no vosso meio de comunicação (por exemplo, comentários de convidados, comentários, críticas, ...)?

- Quem é que vai assumir que tarefas?

Cada um tem pontos fortes e fracos. Dependendo da equipa editorial que criarem, repartam as tarefas de modo que cada um possa tirar partido dos seus pontos fortes. Uma pessoa pode ser melhor a fazer reportagens, outra melhor a organizar, a terceira é tecnicamente competente (por exemplo, a criar vídeos, se criar um VLOG).

- Com que frequência e através de que canais queremos publicar?

Dependendo do meio que escolheram, pensem na frequência com que querem publicar (por exemplo, uma vez por mês, duas vezes por semestre, etc.). Pense também na forma como as publicações serão feitas, por exemplo, vão criar um canal no YouTube? Utilizam outros meios de comunicação social? O jornal é impresso na escola ou é mandado imprimir noutra local? Se houver custos, como é que os financiam? De que outras formas podem cooperar com a escola?

- Escolha de temas: Polarização

Os professores podem ajudar. O que se segue é sempre crucial: Tentem abordar temas que possam polarizar através das vossas reportagens. Estes não têm de ser os únicos temas do seu trabalho editorial, mas devem sem dúvida encontrar o seu lugar. Analisem estas questões de diferentes ângulos, informem de forma tão objetiva quanto possível sobre as causas e as ligações, deixem que as pessoas se pronunciem em pé de igualdade para que cada um possa formar a sua própria opinião. Tentem manter-se tão neutros quanto possível e, quando existirem conflitos, não tomem simplesmente partido, mas contribuam para a mediação através de uma apresentação bem ponderada. Esta tarefa é bastante difícil, mas, ao mesmo tempo, é a tarefa central dos media atualmente.

Se gostarem e estiverem interessados em trabalhar na vossa própria editoria, podem continuar a fazê-lo durante mais tempo. Tenham sempre em mente a influência que têm enquanto criadores de media e estejam conscientes da vossa responsabilidade para que não haja conflitos ou polarizações.

4.12 Painéis de discussão (aplicação de conhecimentos) – 50 min

Não há nada no mundo que ajude melhor a reduzir a polarização do que falarmos uns com os outros, conhecermos a posição dos outros e compreendermos os outros como pessoas, expressarmos as nossas próprias posições e, na melhor das hipóteses, conseguirmos chegar a acordo.



Uma forma de pôr em contacto pessoas com posições diferentes sobre questões polarizadoras é o *painel de discussão*. Um painel de discussão é um debate moderado, perante uma audiência, em que são discutidas diferentes posições sobre um determinado tópico ou questão.

Relevância Prática

Organizem painéis de discussão na vossa escola, de acordo com as vossas possibilidades. Procurem temas ou questões que sejam polarizadores. Formem um painel de 4-6 pessoas + moderador. Depois, convidem essas pessoas. Por outro lado, também podem organizar um "casting" para que as pessoas se possam candidatar ao painel.

Depois, pensem na altura certa para realizar os painéis de discussão e no local onde irão decorrer. Planeiem a configuração do local, o equipamento necessário e o público pretendido. Outra questão crucial é saber se o público deve ser envolvido ou não. Neste caso, também é necessário planear a forma como o público pode participar.

Estes debates devem ter dois objetivos:

a) devem abordar questões polarizadoras e servir de mediação

Pensem nos temas a abordar - provavelmente já existem temas no vosso dia-a-dia que polarizam a escola. O melhor é convidar 4-6 pessoas que sabem que podem ter posições diferentes sobre o tema escolhido. O que se pretende é que as pessoas conversem entre si de forma simpática.

b) devem demonstrar que a polarização pode ser reduzida através da conversação.

É crucial para o painel de discussão que não sirva apenas o propósito de entretenimento, mas que o seu objetivo seja trazer posições polarizadas para uma conversa entre si e talvez até contribuir para a redução da polarização. Para isso, a pessoa que assume a moderação é crucial. Por conseguinte, o moderador deve ser bem escolhido, porque a sua tarefa consistirá em garantir que todas as posições são suficientemente abordadas, em conduzir o debate de forma harmoniosa e em não introduzir a sua própria opinião.

Além disso, se todos os participantes estiverem de acordo, podem gravar o debate e torná-lo num tema das vossas aulas e trabalhos.

Estes debates podem ser realizados repetidamente em diferentes contextos e frequências. Podem ter lugar em cada turma separadamente, bem como em toda a escola. Quanto mais se criar uma cultura de discussão aberta e benevolente, mais se reduzirá ou evitará a polarização.

4.13 Em rede com outras escolas (assegurar conhecimentos) – 10 min

Agora que já aprenderam uma variedade de formas de lidar com a polarização, é altura de a levarem a outras escolas. Elaborem um primeiro plano sobre a forma de cooperar com outras escolas (por exemplo, campanhas nas redes sociais, painéis de discussão, conselhos editoriais, sensibilização para a diversidade, etc.). Depois, podem decidir o que querem fazer para se tornarem embaixadores da redução da polarização para além da vossa própria escola.

Bibliografia

Clark, J./Green, M.: Self-fulfilling prophecies: Perceived reality of online interaction drives expected outcomes of online communication, Elsevier, Volume 133, 2018:

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0191886917305330>

Jaster, R.; Lanius, D.: Die Wahrheit schafft sich ab: Wie Fake News Politik machen, Reclam, 2019

Keil, M.; Stollenwerk C.: Echokammer, Büchner, 2022

Klemperer, Victor: LTI, Reclam, 2010

Penkwitt, M./Köhler, S./Schlüter, A. (Hrsg.): Inklusion und Intersektionalität in institutionellen Bildungskontexten, Budrich Journals, 12, Nr. 3, 2020

Rajal, E.: „Lügen wie gedruckt“. Meinungsmanipulation: Propaganda und Fake News. Haus der Geschichte Österreich, 2018:

https://hdgoe.at/items/uploads/module_pdf/hdgoe_UM_Meinungsmanipulation.pdf

Reporterfabrik - WebAkademie des Journalismus: Was wird zur Nachricht? – Workshop 103, Kapitel 2: Die Nachrichtenwerte, 2019. In:

https://akademie.reporterfabrik.de/assets/courseware/v1/b76e1ad86adb745fd20c88f62e85c524/asset-v1:Reporterfabrik+103+2019+type@asset+block/Brockenhoff_103_Kap_02.pdf

Selterman, D.: Social Media and the Black Cat Fallacy. Psychology Today. 2021:

<https://www.psychologytoday.com/sg/blog/the-resistance-hypothesis/202110/social-media-and-the-black-cat-fallacy>

Wehling, E.: Politisches Framing, Halem, 2016



www.byepolarity.eu



<https://www.facebook.com/bye-Polarity-103509115621549>



https://www.instagram.com/bye_polarity/



Co-funded by
the European Union

Financiado pela União Europeia. Os pontos de vista e as opiniões expressas são as do(s) autor(es) e não refletem necessariamente a posição da União Europeia ou da Agência de Execução Europeia da Educação e da Cultura (EACEA). Nem a União Europeia nem a EACEA podem ser tidos como responsáveis por essas opiniões.

Projeto n.º 2021-1-AT01-KA220-SCH-000032621