



Ficha de Unidade Curricular

DESIGNAÇÃO DA UNIDADE CURRICULAR:

Communication, Information and Social Media Literacy

DESIGNATION OF CURRICULAR UNIT:

Literacia da Comunicação, Informação e Redes Sociais

SIGLA DA ÁREA CIENTÍFICA EM QUE SE INSERE / SCIENTIFIC AREA ACRONYM

EMJ

DURAÇÃO / DURATION (Anual, Semestral)

Semestral

HORAS DE TRABALHO / WORK HOURS (número total de horas)

135

HORAS DE CONTACTO / CONTACT HOURS (discriminadas por tipo de metodologia adotado - T - Teórico; TP - Teórico-prático; PL - Prático e laboratorial; S- Seminário; OT - orientação tutorial)

46

% HORAS DE CONTACTO A DISTÂNCIA / % REMOTE CONTACT HOURS



ECTS

5

DOCENTE RESPONSÁVEL E RESPETIVA CARGA LETIVA NA UNIDADE CURRICULAR (PREENCHER O NOME COMPLETO):

Fernanda do Rosário Farinha Bonacho

RESPONSIBLE ACADEMIC STAFF MEMBER AND LECTURING LOAD IN THE CURRICULAR UNIT (FILL IN THE FULLNAME):

Fernanda do Rosário Farinha Bonacho

OUTROS DOCENTES E RESPETIVAS CARGAS LETIVAS NA UNIDADE CURRICULAR (PREENCHER O NOME COMPLETO):

Margarida Alpuim / 46h

OTHER ACADEMIC STAFF AND LECTURING LOAD IN THE CURRICULAR UNIT:

Margarida Alpuim /46H



OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM (CONHECIMENTOS, APTIDÕES E COMPETÊNCIAS A DESENVOLVER PELOS ESTUDANTES):

Esta unidade curricular pretende desenvolver um pensamento crítico necessário à comunicação e utilização consciente da informação e redes sociais. A unidade curricular *Literacia da comunicação, informação e redes sociais* tenciona despoletar discussões informadas e confrontar os alunos com questões de literacia mediática, que desafiam hoje qualquer cidadão e, particularmente, os profissionais da comunicação e da informação. Os alunos deverão:

1. perceber o sentido das mensagens mediáticas
2. compreender a linguagem mediática no contexto dos nossos meios de comunicação social e sociedade online - literacia da linguagem
3. perceber as mensagens visuais e sonoras e a sua construção - literacia da representação
4. compreender as plataformas mediáticas em termos do seu poder e discurso - literacia da produção mediática
5. entender a colaboração do público na nossa cultura mediática - literacia da interação
6. compreender a importância da literacia mediática para uma consciência de cidadania

LEARNING OUTCOMES OF THE CURRICULAR UNIT:

This Communication, Information, and Social Media Literacy course aims at developing critical thought required to communicate and to make conscious use of information and social media. The course unit intends to trigger informed class discussions whilst confronting students with literacy challenges facing today's citizens and, particularly, communication professionals. Students should be able to:

1. comprehend the meaning behind media messages.
2. understand media language in the context of our media system and online society - language literacy.
3. understand the visual and sound messages and the construction behind them - representation literacy.
4. comprehend media platforms in terms of its power and discourse - media production literacy.
5. understand the public interaction in our media culture - interaction literacy.
6. comprehend media literacy and citizenship awareness.



CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS:

1. Linguagem e literacia mediática
 - 1.2 Princípios de literacia mediática
 - 1.3 Linguagem mediática: textos, narrativas e sentidos
 - 1.4 Leituras e escritas afetivas

2. O mundo e as suas representações online
 - 2.1 O texto e o corpo nas notícias, filmes, vídeos e anúncios
 - 2.2 Textualidade e instrumentalidade mediáticas
 - 2.3 Construções e representações

3. Plataformas sociais de poder
 - 3.1 Produção, ideologia e hegemonia
 - 3.2 Os mitos: liberdade e interatividade
 - 3.3 Do ruído às vozes de contra-poder

4. IStories e o espaço público
 - 4.1 O Eu e o Outro
 - 4.2 Ilusão, confiança e credibilidade
 - 4.3 Sentido e comunicação



SYLLABUS:

1. Language and Media Literacy
 - 1.1. Principles of media literacy
 - 1.2 Media language: texts, storytellings, and meanings
 - 1.3 Affective writings and readings

2. Online Representations of the World
 - 2.1 Texts and bodies in News, Films, Videos, and Ads
 - 2.2 Media textuality and instrumentality
 - 2.3 Constructions and representations

3. Power and Social Platforms
 - 3.1 Production, ideology, and hegemony
 - 3.2 The myth of freedom and interactivity
 - 3.3 From jamming to counter-hegemony voices

4. IStories and the Public Space
 - 4.1 The Self and the Other
 - 4.2 Illusion, belief, and credibility
 - 4.3 Meaning and communication

DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DOS CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS COM OS OBJETIVOS DA UNIDADE CURRICULAR:

As temáticas selecionadas para análise e discussão exploram a relação entre a literacia e os meios de comunicação social, a linguagem, a representação, a produção e o público, salientando a forma como estão ligados e como se afetam mutuamente. As redes sociais e a sua influência na comunicação são exploradas ao longo da unidade curricular, incluindo a sua natureza contraditória em termos de credibilidade e sentido.



DEMONSTRATION OF THE SYLLABUS COHERENCE WITH THE CURRICULAR UNIT'S OBJECTIVES:

The selected issues for discussion explore the relationship between literacy and media, language, representation, production and the public, examining how they are connected and how they affect each other. The contents analyze representations of the world found in films, videos, advertisements and news to understand the processes behind online media in the contemporary world. Social media and its influence in communication is explored throughout the unit, including its contradictory nature in terms of credibility and meaning.

METODOLOGIAS DE ENSINO:

A metodologia de ensino combina aulas expositivas e interativas, centradas na transmissão de conhecimentos apoiada em literatura e exemplos de casos práticos, com exercícios em grupo e individuais que articulam teoria e produção de conteúdos.

TEACHING METHODOLOGIES:

The teaching methodology combines lectures and interactive classes focused on transmitting knowledge supported by literature and practical case studies. Group and individual exercises combine theory with content production.

AVALIAÇÃO

A avaliação é contínua e contempla um projeto em grupo (40%), um trabalho individual (50%) e a participação nas aulas (10%).

EVALUATION

The evaluation system is continuous: group project assignment (40%), individual assignment (50%) and class collaboration (10%).



DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DAS METODOLOGIAS DE ENSINO COM OS OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM DA UNIDADE CURRICULAR:

A coerência é estabelecida entre as tarefas de grupo e individuais de análise, debate e desenvolvimento de uma estrutura conceptual sobre questões de práticas e contextos mediáticos contemporâneos. Recorrendo a conhecimentos já adquiridos, os alunos são convidados a desenvolver as leituras necessárias à formação de profissionais da comunicação informados e conscientes.

DEMONSTRATION OF THE COHERENCE BETWEEN THE TEACHING METHODOLOGIES AND THE LEARNING OUTCOMES:

The balance is established between individual and group tasks covering analysis, critical debate and thought framework on subjects linked to contemporary social media practices and contexts. Whilst exploring their prior media knowledge, assignments challenge students to develop critical readings to enable responsible communication professionals with accurate media literacy traits.

BIBLIOGRAFIA PRINCIPAL: MAIN BIBLIOGRAPHY:

Alpuim, M., & Ehrenberg, K. (2024). *Psychology for Journalists: Practical knowledge, tools and tips*. Bonn Institute <https://www.bonn-institute.org/en/news/psychology-in-journalism>

Bonacho, F. (2023, fev). GILM. promoting media education and media literacy in Portugal. Media & Learning <https://media-and-learning.eu/type/featured-articles/gilm-promoting-media-education-and-media-literacy-in-port>

Brennen, J Scott (2020). *Types, Sources, and Claims of COVID-19 Misinformation. Factsheet April 2020*. Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/types-sources-and-claims-covid-19-misinformation>

Buckingham, D. (2003). *Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture*. Polity Press.

Buckingham, D. (2018). *Going Critical: On the Problems and the Necessity of Media Criticism* <https://ddbuckingham.files.wordpress.com/2018/07/going-critical.pdf>.

Couldry, N. (2012). *Media, Society, World: Social Theory and Digital Media Practice*. Polity Press.

Couldry, N. and Hepp, A. (2017). *The Mediated Construction of Reality*. Polity.

Council of Europe Steering Committee on Media and Information Society. (2025, December 4). *National Media Information Literacy (MIL) Strategies: Practical Steps and Indicators*. (CDMSI(2025 <https://rm.coe.int/cdmsi-2025-09-guidelines-for-national-media-and-information-literacy-s/488029ec67>

Fuchs, C. (2016). *Critical Theory of Communication: New Readings of Lukács, Adorno, Marcuse, Honneth and Age of the Internet*. London: University of Westminster Press. Disponível em DOI: <https://doi.org/10.16997/b>



Jenkins, H. (2009). *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*. MIT Press.

Newman, N. (2025). Reuters Institute Digital News Report 2025. *Digital News Project Institute for the Study of Journalism*, University of Oxford
https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2025-06/Digital_News-Report_2025.pdf

O'Shaughnessy, M. & Stadler, J. (2016). *Media & Society*. 6e. London. Oxford Press.

Paisana, M., Foá, C., Vasconcelos, A., Couraceiro, P., Ferro-Santos, S., Margato, A., & Crespo, M. (2024) *taxonomy for Media Literacy in Portugal: Characterization of actors, initiatives, and intervention lines*. *Observa (OBS*)*, 18(5). <https://doi.org/10.15847/obsOBS18520242439>

Weber, I., Laban, A., Masullo, G. M., Gonçalves, J., Torres da Silva, M., and Hofhuis, J. (2020). International perspectives on what is considered hateful or profane online. Center for Media Engagement
<https://mediaengagement.org/research/perspectives-on-online-prof>

*Serão disponibilizados outros recursos de acordo com cada sessão.

*Other resources will be made available according to each session.

OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL (ODS) / SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS (SDGs)

4 - Garantir o acesso à educação inclusiva, de qualidade e equitativa, e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todos / 4 - Ensure inclusive and equitable quality education and promote lifelong learning opportunities for all

5 - Alcançar a igualdade de género e empoderar todas as mulheres e raparigas / 5 - Achieve gender equality and empower all women and girls

10 - Reduzir as desigualdades no interior de países e entre países / 10 - Reduce inequality within and among countries

13 - Adotar medidas urgentes para combater as alterações climáticas e os seus impactos / 13 - Take urgent action to combat climate change and its impacts

16 - Promover sociedades pacíficas e inclusivas para o desenvolvimento sustentável, proporcionar o acesso à justiça para todos e construir instituições eficazes, responsáveis e inclusivas a todos os níveis / 16 - Promote peaceful and inclusive societies for sustainable development, provide access to justice for all and build effective, accountable and inclusive institutions at all levels



OBSERVAÇÕES (assinalar sempre que a UC seja optativa)

A UC é opcional.

OBSERVATIONS

The Course is optional.

Inválido para efeitos de certificação