

Reputação

Os participantes refletirão sobre como a sua informação online disponível publicamente ajuda os outros a formar uma opinião sobre eles. Identificarão os públicos de diferentes tipos de comunicação online, terão em conta quais as informações que pretendem ter disponíveis quando alguém faz pesquisas pelo seu nome e aprenderão várias formas de responder a conteúdos da internet sobre si e dos quais não gostam.

Materiais

O que deves fazer? Folheto

Quem conhece os seus segredos?

Parte 1

Informa os Teus Alunos

Têm um segredo sobre vocês? Não se esqueçam desse segredo. Não têm de o partilhar com ninguém nem de o apontar.

Agora, respondam a estas perguntas mentalmente; não digam as respostas em voz alta nem as apontem:

1. quantas pessoas nesta sala sabem o segredo?
2. quantas pessoas no vosso bairro sabem o segredo?
3. quantas pessoas que nunca conheceram pessoalmente sabem o segredo?

Imaginem que têm de escrever o segredo num papel e que uma pessoa qualquer neste grupo vai lê-lo. Eis mais perguntas. Tal como antes, não respondam em voz alta nem por escrito. Ao fim de uma semana:

1. quantas pessoas nesta sala saberiam o segredo?
2. quantas pessoas no vosso bairro saberiam o segredo?
3. quantas pessoas que nunca conheceram pessoalmente saberiam o segredo?

Parte 2

Informa os Teus Alunos

Têm de pensar nas pessoas que vão provavelmente ver um segredo ou outra informação sobre vocês como o “público” dessa informação.

Ter uma ideia mais clara do público pode ajudar-vos a determinar mais facilmente as informações com que se sentem confortáveis em partilhar ou não partilhar com outras pessoas. Os públicos são compostos por uma pessoa ou um grupo de pessoas que podem aceder a uma informação específica.

Com as novas tecnologias dos nossos dias, os públicos podem crescer muito depressa. Devido a este potencial para o rápido crescimento dos públicos, é difícil, se não impossível, saberes ou poderes limitar o público das tuas informações e atividades online. Embora seja ótimo que os públicos possam crescer depressa

quando queres partilhar o teu trabalho com muitas pessoas, deixa de o ser quando acontece com informações que pretendes manter privadas.

Infelizmente, as informações privadas, especialmente as embaraçosas, são, muitas vezes, as preferidas das pessoas quando as veem, pelo que é muito difícil controlar quem as vê quando são disponibilizadas online.

Sempre que partilharem informações online (mesmo que diretamente só com um amigo, através de, por exemplo, SMS ou mensagem privada), devem estar preparados/as para a possibilidade de essas informações se espalharem muito para além do público que queriam alcançar.

Parte 3

Pergunta aos Teus Alunos

Quando publicam uma atualização de estado, uma foto ou outra informação nas redes sociais, quem é o vosso público?

Depende da plataforma de rede social? Ou do contexto?

Informa os Teus Alunos

Depende das vossas definições de privacidade, bem como da plataforma de rede social que escolherem, mas o vosso público pode incluir apenas os amigos chegados / seguidores / ligações ou ser tão amplo de modo a incluir qualquer pessoa que utilize essa plataforma ou qualquer pessoa que pesquise por vocês online. Mas independentemente do vosso público, as informações podem ser copiadas e coladas noutra sítio, alguém pode tirar uma foto ou uma captura de ecrã do conteúdo ou as informações podem ser partilhadas em conversas pessoais e online.

Pergunta aos Teus Alunos

Quando adicionam conteúdos nas redes sociais, qual é o vosso público?

Que público pretendem alcançar quando, por exemplo, publicam na cronologia do Facebook de outra pessoa ou quando adicionam conteúdos às contas das redes sociais de outra pessoa (por ex., ao comentar uma das fotos dela ou identificá-la numa publicação ou numa foto)?

Informa os Teus Alunos

Isto depende das vossas definições de privacidade e dessa pessoa. Contudo, na maioria dos casos, os conteúdos vão estar visíveis para os seus amigos / seguidores / ligações, onde estão pessoas que vocês não conhecem, como membros da família ou diretores ou professores da escola dessa pessoa.

Pergunta aos Teus Alunos

Quando enviam uma mensagem (por ex., SMS, e-mail, mensagem privada / direta nas redes sociais), que público pretendem alcançar?

Informa os Teus Alunos

O público é a pessoa a quem a estão a enviar. Mas tenham cuidado, porque também pode ser vista por outras pessoas.

Pergunta aos Teus Alunos

Como é que a vossa mensagem pode chegar a outras pessoas para além daquela a quem enviaram? [Algumas dessas formas incluem através de fotos / capturas de ecrã, reencaminhamento e partilha por telemóvel em pessoa.]

Em que casos pode ser útil alcançar um público mais vasto? [Alguns exemplos incluem querer espalhar a mensagem a um público maior, mobilizar pessoas, sensibilizar para algo.]

Em que casos pode ser problemático alcançar um público mais vasto do que o pretendido? [Partilhar com um público mais vasto do que o pretendido pode trazer-te problemas, causar embaraço ou danos reputacionais.]

Quais são algumas situações em que pode ser importante manter uma boa reputação online? [Os possíveis exemplos incluem candidaturas a escolas / faculdades / universidades, candidaturas de emprego e fazer amigos novos.]

Pesquisar a reputação

Parte 1

Interação da turma

Escolhe uma figura pública (por ex., alguém na indústria musical e / ou cinematográfica [cinema / TV], uma figura política, um líder empresarial) que os participantes conheçam. Pesquisa o nome dessa figura num motor de busca e, juntamente com os participantes, analisa alguns dos itens que aparecem (projeta o resultado de pesquisa num ecrã). Explora também a presença dessa figura pública nas redes sociais. Depois de analisarem durante alguns minutos, pede a dois participantes que imitem uma hipotética interação entre a figura pública e um/a fã.

Pergunta aos Teus Alunos

Como é que _____ se sente por encontrar alguém que sabe muitas informações sobre ele/a?

O que sentiria se essas informações fossem incorretas?

Quantas pessoas podem aceder a essas informações sobre _____?

Como é que _____ pode controlar as informações sobre ele/a que estão disponíveis online?

Parte 2

Informa os Teus Alunos

As pessoas que conheces vão utilizar motores de busca para obterem mais informações sobre ti. O que encontrarem, seja bom ou mau, vai influenciar a opinião delas sobre ti. Se quiseres ter controlo sobre como é que te veem, é importante que saibas que informações vão provavelmente ver.

Essas pessoas incluem futuros empregadores e responsáveis pela admissão numa escola / faculdade / universidade. Os responsáveis por admissões podem não dizer aos candidatos se os procuraram ou não online e / ou utilizaram as informações disponíveis online para decidirem se vão ou não ser admitidos.

Parte 3

Interação da turma

Organiza os participantes em pares.

Informa os Teus Alunos

Pensem em três coisas que gostariam que aparecessem quando alguém pesquisa o vosso nome online. Até que ponto acham provável que essas coisas apareçam realmente nos resultados de pesquisa?

Partilhem com o vosso parceiro.

Pergunta aos Teus Alunos

A que conclusão é que tu e o teu parceiro chegaram?

Levantem a mão se já procuram no Google o vosso próprio nome/pesquisaram o vosso nome online. O que encontraste? Que fotos aparecem? Encontrei informações sobre ti ou existem outras pessoas no mundo com o mesmo nome que tu?

1. Se os participantes tiverem um nome comum, pede-lhes que adicionem uma informação às suas pesquisas, como a sua naturalidade ou nome da escola secundária.

Também podes pedir aos participantes que procurem no Google/pesquisem o seu nome online durante esta atividade, se tiverem disponíveis computadores ou dispositivos móveis.

Pergunta aos Teus Alunos

Quando procuram o vosso nome no Google/pesquisam o vosso nome online, façam estas três perguntas:

1. Quais são os primeiros resultados?
2. Estão confortáveis com essas informações?
3. O que é que os outros resultados sugerem sobre quem vocês são como pessoa? Como aluno/a? Como funcionário/funcionária?

Com que impressão é que uma pessoa que não vos conheça pode ficar depois de ver esses resultados? Com que impressão poderia ficar se tivesse clicado e lido as informações presentes nos primeiros resultados?

Responder a informações complexas

Parte 1

Interação da turma

Distribui o folheto “O que deves fazer?” pelos participantes. Organiza os participantes em pares. Pede-lhes que discutam os cenários da folha e criem duas estratégias / soluções para cada um e pensem nas potenciais consequências das suas ações. Dá-lhes 15 minutos para fazerem esta tarefa.

Pergunta aos Teus Alunos

O que devem fazer quando alguém publica conteúdos sobre vocês de que não gostam e / ou acham inadequados nesse contexto?

No que devem pensar antes de publicarem conteúdos sobre outra pessoa?

Responder a informações negativas

Parte 1

Pergunta aos Teus Alunos

Se encontrarem informações negativas sobre vocês quando pesquisam o vosso nome online (por ex., com um motor de busca ou numa rede social), podem fazer alguma coisa em relação a isso?

Quais são alguns exemplos de conteúdos que possas não querer que as outras pessoas vejam?

Parte 2

Informa os Teus Alunos

Existem diferentes abordagens quanto ao que podemos fazer quando encontramos conteúdos online sobre nós de que não gostamos, dependendo do contexto e do tipo de informação, entre outros fatores.

Uma abordagem é o “contra-diálogo”, ou seja, chamar a atenção / dar mais visibilidade a histórias positivas sobre nós mediante a criação e gestão de conteúdos que nos reflitam sob um prisma positivo. Para fazê-lo, podes, por exemplo, criar uma presença em redes sociais quando for adequado, iniciar um blogue ou registar um site sob o teu nome.

Uma segunda abordagem inclui medidas diferentes para remover os conteúdos negativos. Por exemplo:

1. se vires conteúdos de que não gostas (como uma foto de ti), podes tentar contactar diretamente a pessoa que a publicou (particularmente em redes sociais e / ou apps de mensagens) e pedir-lhe que remova o conteúdo.
2. Muitas plataformas também disponibilizam interfaces para assinalar informações que consideras perturbadoras ou desinteressantes, conteúdos (como fotos, vídeos, publicações baseadas em texto) que te mostram sob um prisma negativo / que não te favorecem, que não devem estar na plataforma (por ex., parecem ofensivos, violentos ou proibidos), parecem ser um esquema. Essas plataformas, depois, verificam tais informações ou conteúdos relativamente aos respetivos termos de serviço e normas da comunidade.
3. Em alguns casos, podes ter soluções legais à tua disposição e podes, por exemplo, interpor uma ação judicial, consoante a jurisdição e a legislação aplicável (por exemplo, em alguns casos de invasão de privacidade ou falsos testemunhos que prejudicam o bom nome de alguém).

4. Alguns países têm leis específicas que obrigam as plataformas a remover determinados tipos de conteúdos ilegais mediante notificação do tribunal (por ex., a *Netzwerkdurchsetzungsgesetz*- Lei para a Remoção de Conteúdos Denunciados da Alemanha).
5. Tem também em conta que, por vezes, tentar suprimir / remover / corrigir conteúdos pode, inadvertidamente, chamar mais atenção para os mesmos.

Parte 3

Informa os Teus Alunos

Além disso, as pessoas que vivem na União Europeia (“UE”) têm o “direito ao apagamento”, mais comumente conhecido como “direito a ser esquecido” (este direito aplica-se mesmo que as pessoas estejam a viajar ou a viver fora da UE). Ao abrigo deste direito do Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados (“GDPR”), os cidadãos da UE podem pedir aos responsáveis pelo tratamento dos dados que eliminem determinados tipos de informações sobre os mesmos (os responsáveis pelo tratamento dos dados são empresas, pessoas, entidade públicas e outras partes que tomam decisões relativamente à forma como as informações sobre ti são processadas).

Os cidadãos da UE podem pedir o apagamento das informações sobre eles por seis motivos. Cada um desses motivos abrange diversas circunstâncias. Por exemplo, um dos motivos para os pedidos de remoção de dados é o facto de as informações recolhidas serem sobre uma “criança”, a qual, mais tarde, decide que os riscos de partilhar essas informações são demasiado grandes. Este motivo é muito geral. Há provavelmente inúmeros motivos para que uma pessoa de 25 anos decida que quer remover informações que partilhou quando tinha 16!

Também há limites importantes quanto ao direito de apagamento. Existem cinco motivos pelos quais os pedidos de apagamento serão recusados. Tal como acontece com os motivos para pedir apagamentos, os motivos para os recusar também são amplos e abrangem vários tipos de situações. Vamos falar mais sobre um motivo importante para a recusa — a proteção do direito à liberdade de expressão — dentro de minutos.

O GDPR entrou em vigor no dia 25 de maio de 2018. Quanto mais tempo passar com o GDPR em vigor, mais vamos ficando a saber de que forma é que os cidadãos da UE estão a utilizar o direito ao apagamento e como é que as empresas, os organismos públicos e as outras partes estão a responder.

Tarefa

Parte Um

Atribuição

Opção, para participantes entre os 13 e 15 anos:

Informa os Teus Alunos

Agora que já vimos como é que as informações online disponíveis publicamente ajudam a formar opiniões sobre outras pessoas, vamos aplicar o que acabaram de aprender.

Ao longo dos próximos 30 minutos, completem a seguinte atividade, individualmente:

1. Escolhe uma figura pública (p. ex., alguém na indústria musical e/ou cinematográfica [cinema/TV], uma figura política, um líder empresarial).
2. Procura informação de domínio público sobre essa pessoa online e explica, num pequeno parágrafo, como estas informações te ajudaram a formar uma opinião sobre essa pessoa.
3. Se pudesses dar quatro recomendações a este indivíduo sobre como os conteúdos sobre a sua pessoa podem estar disponíveis online de maneira diferente (p. ex., em termos de alteração de definições de privacidade, alteração de público, alteração do teor do conteúdo) e/ou deixar de estar disponíveis, de todo (p. ex., eliminados, retirados) para melhorar a forma como essa pessoa se apresenta/é interpretada pelos outros online, quais seriam?

Opção 2, para participantes entre os 16 e 18 anos:

Imaginem que vivem num país que não tem o “direito a ser esquecido”. Deem dois ou três argumentos com os quais poderiam apoiar esse país a adotar este direito? Identifiquem também os dois ou três potenciais e mais fortes contra-argumentos para a vossa posição.

Nota: alguns países dão aos cidadãos o direito à liberdade de expressão ou o direito a expressar ideias sem estarem sob a ameaça de retaliação ou censura por parte dos estados. Como é que acham que o “direito ao apagamento” ou “direito a ser esquecido” funcionaria em países que também têm direitos de liberdade de expressão? O Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados da União Europeia diz que o “direito ao apagamento” não se deve aplicar em casos em que a remoção das informações impediria os cidadãos de “exercer o direito à liberdade de

expressão e informação”. Conseguem pensar numa situação em que uma pessoa quereria remover as suas informações pessoais, mas outra pessoa argumentaria que essa remoção violaria os seus direitos à liberdade de expressão (por ex., uma aluna escreve uma publicação no blogue que contém informações pouco abonatórias sobre um professor/a; quando a aluna deixa de estar na turma do professor/a, este último quer remover a publicação porque a mesma já não é relevante; a aluna alega o direito à liberdade de expressão para falar publicamente sobre as suas experiências educativas anteriores)?

Dá aos participantes 30 minutos para concluírem a tarefa.