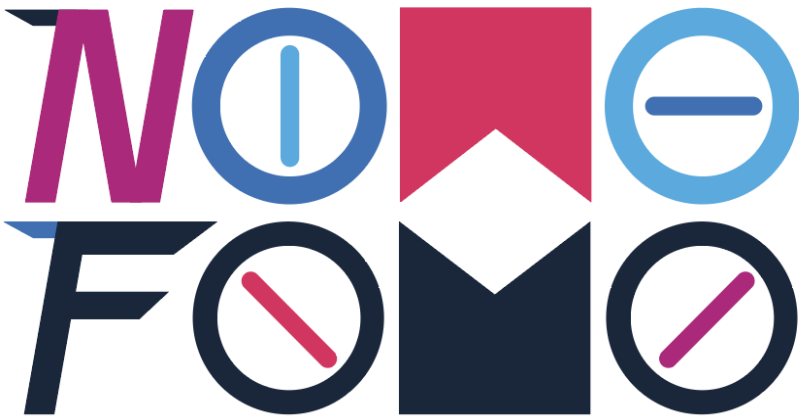




NOMO FOMO

Redes Sociais e Percepções Corporais
Atividade de Chamada à Ação



Positive mental health for GEN Z
NO MOre Fear Of Missing Out



Os Fundamentos da FOMO

Atividade de Chamada à Ação

Tema Infográfico Interativo	1. Redes Sociais e Percepções Corporais		
Título da actividade	FOMO Redes Sociais Vs Realidade		
Tipo de recurso	Atividade de Chamada à Ação		
Fotografia			
Duração de actividade (em minutos)	30 minutos por dia	Resultado da aprendizagem	<ul style="list-style-type: none">Identificar o efeito que as redes sociais podem ter na percepção corporal e na compreensão de que as imagens online não reflectem a realidade
Objectivo da actividade	<i>O objectivo desta actividade é proporcionar aos alunos as competências e a oportunidade de identificar os efeitos negativos que os meios de comunicação social podem ter nas percepções corporais. Este Chamado à Acção dá aos alunos a oportunidade de encontrar a realidade por detrás das fotografias que podem ver em plataformas de meios de comunicação social que são muitas vezes fortemente editadas, fotografadas de ângulos</i>		



Materiais necessários para a atividade	<i>ideais ou com iluminação ideal. Esta Chamada à Acção ajudará a ensinar aos alunos os passos necessários para os ajudar a desafiar o que vêem nas redes sociais e ajudará a aumentar a sua positividade corporal.</i>
	<ul style="list-style-type: none">- <i>Telemóvel</i>- <i>Modelo</i>- <i>Canela</i>



Instruções passo a passo

Passo 1 - Não é raro nos encontrarmos por vezes a comparar as nossas próprias vidas com as que vemos no Instagram e sentir inveja de como tudo isto parece perfeito. No entanto, é importante para a nossa própria saúde mental e positividade corporal que participemos no desafio FOMO Meios de Comunicação Social Versus Realidade. Tomar as medidas necessárias para identificar as fotos fortemente editadas que existem pode ajudar a evitar a negatividade que podemos sentir sobre o nosso próprio corpo quando comparamos.

Passo 2- Completa o modelo abaixo ao longo de 1 semana onde navegas normalmente nas redes sociais. Cada vez que encontrares uma foto que alguém tenha tirado de si próprio nas redes sociais, que sintas que possas estar a comparar contigo mesmo, toma nota no modelo. Certifica-te de tomar nota de onde a viste e que hashtags foram usadas no cabeçalho. Tomar nota dos hashtags é importante porque podemos não só aprender a evitar certos hashtags que são desencadeantes, mas também certos hashtags podem ser prejudiciais de seguir.

Depois de tomarmos notas destas partes das imagens, precisamos então de pensar e digitalizar as imagens para ver se a foto foi editada. Isto pode incluir coisas tais como filtros, filtros de beleza ou edições de PhotoShop. Podes encontrar aqui formas de identificar estas alterações:

<https://hellsfitness.co.uk/blog/how-to-spot-photoshopped-facetuned-images-on-instagram/>

Finalmente, precisamos de tomar nota de como a fotografia nos pode ter feito sentir. Sentimo-nos irritados com ela, chateados ou mesmo inseguros? É importante que reconhecamos esses sentimentos e os identifiquemos para que possamos identificá-los e lidar melhor com eles.

Passo 3 - Avalia o que viste durante a semana e como te sentes. Se sentiste mais vezes que não estavas a ver imagens que editaram e te fizeram sentir inseguro, talvez devesse olhar para as contas que estavas a seguir ou etiquetas que estavam a usar e escolher não seguir ou bloquear as contas ou etiquetas. Ao fazer isto, ajudará a reduzir a quantidade de conteúdo editado que vês que pode ser incrivelmente negativo para a nossa saúde mental e para as percepções do nosso corpo.





NO MORE FOMO

Positive mental health for GEN Z
NO MORE Fear Of Missing Out



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

"The European Commission's support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein."
Project Number: 2020-3-IE01-KA205-082880