

## **Contactar, entreter, informar: um retrato da inclusão digital de jovens e seus familiares em Portugal**

**Ana Jorge\*, Maria José Brites\*\*, Kárita Francisco\*\*\***

\*FCSH-UNL, Lisboa

\*\*FCSH-UNL, Lisboa

\*\*\*FCSH-UNL, Lisboa

### **Resumo**

No âmbito do projecto "Inclusão e integração digital: Comparação de trajectórias de uso de meios digitais por diferentes grupos sociais em Portugal e nos Estados Unidos (2009-2011)" (UTAustin/CD/016/2008), procuramos neste artigo caracterizar os usos dos media para fins de contacto, de informação e de entretenimento de jovens e seus familiares em Portugal, de forma a compreender as formas de inclusão através dos media digitais por diferentes populações para além do acesso/não-acesso.

Partindo do enquadramento teórico oferecido por Livingstone e Helsper (2007) e Peter e Valkenburg (2006), problematizamos as desigualdades no acesso e uso dos media digitais por crianças e jovens, e suas famílias, debatendo em seguida as potencialidades e limitações dos usos comunicacionais, recreativos e informativos para a inclusão de jovens e seus familiares nos media digitais e, através destes, para a integração inter-geracional. A análise dos diferentes tipos de uso entre a amostra permite-nos demonstrar as diferenças na utilização dos media digitais, das quais derivamos conclusões, sobretudo relativas à necessidade da educação para os media como forma de garantir inclusões efectivas.

**Palavras-chave:** Digital; informação; entretenimento; contacto; inclusão.

### **Abstract**

In the scope of the project "Digital Inclusion and Participation: Comparing the trajectories of digital media use by majority and disadvantaged groups in Portugal and the USA (2009-2011)" (UTAustin/CD/016/2008), in this article we seek to characterize the uses, by young people and their families in Portugal, of the media for contact, information and entertainment purposes, so as to understand the forms of inclusion through digital media by different populations beyond the access/non-access. Our theoretical background is offered by Livingstone and Helsper (2007) and Peter and Valkenburg (2006), and we then problematize the inequalities of access and use of digital media by children and their families, to debate the potentialities and limitations of communicative, leisure and informative uses for their inclusion in digital media and, through them, for the inter-generational integration. The analysis of the different types of uses among the sample allows us to demonstrate the differences in the use of the digital media, from which we derive conclusions, especially concerning the need for a media education as a way to ensure an effective inclusion.

**Keywords:** Digital; information; entertainment; contact; inclusion.

## **Introdução**

No contexto do projecto "Inclusão e integração digital: Comparação de trajectórias de uso de meios digitais por diferentes grupos sociais em Portugal e nos Estados Unidos (2009-2011)" (UTAustin/CD/016/2008)<sup>1</sup>, procuramos neste artigo explorar os usos que jovens e seus familiares em Portugal fazem dos media, particularmente dos digitais. Com esta exploração dos usos de contacto, de entretenimento e informativos, tentamos acompanhar a agenda de discussão no campo da inclusão digital para além das questões de acesso/não-acesso, centrando-a antes na caracterização mais fina dos usos, mediações e literacias, no quadro dos diferentes grupos sociais, como forma de rastrear rotas de inclusão bem como possíveis bolsas de exclusão.

Através da análise dos tipos de usos dos media para contacto, informação noticiosa e entretenimento por um grupo de 14 jovens com idades entre os 15 e os 18 anos e os seus familiares, pretendemos destacar os contextos familiares e educacionais que proporcionam usos mais ou menos diversificados dos media digitais; identificar padrões tendentes à inclusão bem como à exclusão; finalmente, apontar possíveis medidas para políticas de fomento da inclusão digital.

Os conceitos de capital cultural, social e económico desempenham, assim, um papel central para compreender os diferentes investimentos que as famílias e os seus jovens fazem nos media e nos media digitais em particular. As diferentes valorizações dos usos sociais, de lazer ou de informação dos media estão fortemente associadas aos diversos capitais possuídos pelas famílias. Os media digitais vêm complexificar as utilizações dos media pelas famílias, de tal forma que não é possível analisá-los apenas isoladamente, mas na dinâmica com outros media. Mais ainda, olhando para as famílias especificamente a partir da perspectiva dos jovens, poderemos explorar não só a forma como a família afecta as escolhas individuais, mas também como estes podem afectar as dinâmicas dos usos dos media no contexto familiar. Além disso, o foco nos mais novos, esperamos, pode ajudar a compreender as desigualdades que se formam nos usos dos media e que podem persistir para o futuro, de modo a esboçar recomendações que as esbatam.

Neste artigo, começamos por situar a agenda de pesquisa no campo da inclusão digital, focando-nos particularmente nos mais jovens, explorando também o conceito de inclusão. Em seguida, debatemos as possibilidades e limitações que cada tipo de uso – informativo, comunicacional, recreativo – representa para a inclusão nos media digitais e, através destes, na sociedade mais vasta. Prosseguimos depois com a apresentação mais específica do contexto de pesquisa, das questões e das metodologias, discutindo os resultados em seguida. Apresentamos as conclusões, como já referimos, sob a forma de linhas de pesquisa

---

<sup>1</sup> Coordenado por Cristina Ponte (Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa), José Azevedo (Faculdade de Letras da Universidade do Porto) e Joseph Straubhaar (University of Texas at Austin, EUA). Website do projecto: [http://digital\\_inclusion.up.pt/](http://digital_inclusion.up.pt/).

a aprofundar e de esboço de recomendações para políticas públicas de promoção de acesso aos media digitais.

### **Divisões e inclusões**

No actual estado de desenvolvimento e penetração da internet, apesar da permanência de desigualdades de acesso, interessa sobretudo compreender também as diferenças entre os perfis de utilização, olhando para as formas concretas em que as pessoas usam este meio (Peter e Valkenburg, 2006: 294).

Também Sonia Livingstone e Ellen Helsper (2007), por exemplo, advogam uma agenda de pesquisa da internet que compreenda os níveis de inclusão digital não de uma forma binária, mas antes como um *continuum*. Deste modo, acreditando que a inclusão se materializa num crescendo de oportunidades que se verifica à medida que o acesso se consolida, intensifica e aprofunda, as autoras reconhecem também que o acesso não se traduz, necessária e naturalmente, num aproveitamento das oportunidades potencialmente oferecidas pela internet.

As autoras consideram que as diferenças de género e idade são mais profundas do que as de classe, uma vez que, muito embora a desvantagem de acesso possa ser vencida pela promoção da tecnologia nos lares mais desfavorecidos, como acontece com o programa governamental em Portugal de distribuição de computadores e acesso à internet, as diferenças de género e idade não são igualmente solucionáveis. Os rapazes e os jovens mais velhos tendem a usar mais a internet: "Os rapazes, crianças mais velhas e de classe média todas beneficiam de maior e melhor qualidade de acesso à internet do que raparigas, crianças mais novas e de classes baixas. Mais, estas diferenças importam: o inquérito também revela as diferenças de idade, género e estatuto sócio-económico no uso da internet embora, de forma interessante, as diferenças de estatuto sócio-económico na quantidade de uso desapareçam mesmo que apenas comparando aqueles com acesso em casa" (*ibidem*: 12). As razões elencadas pelos não utilizadores contam: "Restrições de acesso, falta de interesse e, possivelmente, ansiedades dos pais sobre a segurança na internet" (*ibidem*).

Por seu lado, o estudo de Peter e Valkenburg entre adolescentes holandeses levou-os a concluir que os "recursos culturais como definidos pelo género e etnicidade dos adolescentes consistentemente não tiveram relação com as formas como os adolescentes usavam a internet, não obstante o efeito do género no uso da internet para entretenimento" (2006: 303).

Na verdade, a conjugação dos capitais sócio-económico e educacional dos pais, bem como da escolaridade, idade, género e etnicidade dos jovens é fundamental para melhor compreender os usos que as famílias fazem da internet (*ibidem*: 295). Essa combinação de factores ajuda a compreender a dinâmica da

diferenciação dos usos, que Livingstone e Helsper, tal como Peter e Valkenburg, sublinham, a partir das características dos utilizadores da Internet.

Assim, pensar os usos da Internet de uma forma global, tendo em conta usos informacionais, de contacto e de entretenimento, permite uma melhor compreensão dos contextos em que os indivíduos conseguem ampliar e diversificar o acesso à Internet e pode, por conseguinte, contribuir para um aprofundamento da concepção de desigualdades na relação com os media digitais. Como afirmam Peter e Valkenburg: "a pesquisa sobre os fenómenos de divisão digital tipicamente centra-se na internet como um meio de informação. Contudo, estudar adicionalmente a internet como um meio social e de entretenimento fornece-nos uma visão mais compreensiva das diferenças no uso da internet" (*ibidem*: 294).

Desta forma, os autores apontam para que os jovens com "maiores recursos sócio-económicos, cognitivos, e culturais usarão a internet mais frequentemente como um meio de (a) informação e (b) social", enquanto aqueles "com recursos sócio-económicos, cognitivos, e culturais menos elaborados usarão a internet mais frequentemente como (c) um meio de entretenimento" (*ibidem*: 297), acedendo mais a jogos, por exemplo, do que o grupo mais favorecido.

Trata-se, assim, de aprofundar o conhecimento sobre as utilizações da internet, de "teorizar o envolvimento das pessoas, incluindo das crianças, com a internet de forma mais profunda, perguntando, por exemplo, não a quem falta acesso à internet mas se isso realmente importa", sublinha Sonia Livingstone (2009: 3). A autora acrescenta:

"A pesquisa (...) está a mudar o seu foco de questões de acesso e difusão para questões sobre a natureza e qualidade do uso da internet, reconhecendo as diversas formas em que as pessoas lutam para lidar com este conjunto complexo e mutante de tecnologias que, supostamente, podem oferecer novas oportunidades para informação, comunicação, entretenimento ou ainda, de forma mais grandiosa, 'empoderá-los' em relação a identidade, comunidade, participação, criatividade e democracia." (*ibidem*: 4)

Por outro lado, a análise dos media digitais no contexto de uso dos vários media permite perspectivar o lugar destes no contexto da combinação dos media para os diferentes propósitos, sendo aceite que os media digitais, também denominados "novos" media, não substituem simplesmente os anteriores, "tradicionais" ou "velhos", mas recombina-se com eles. Particularmente os jovens, pelo pioneirismo que os caracteriza enquanto geração na adopção das inovações (Drotner, 1992), inserem os media digitais num uso especialmente intenso dos media, de tal forma que não serão em rigor uma "geração digital", mas uma "geração multimédia" (Drotner, 2000). A caracterização como "geração digital" não tem sustentação ainda sob outra perspectiva: um grupo não se define exclusivamente pela idade nem

pela tecnologia, uma vez que no seu interior funcionam muitos outros factores de diferenciação (Buckingham e Willet, 2006).

Mais ainda, a perspectiva inter-geracional da utilização dos media digitais permite, acreditamos, oferecer análises mais profundas sobre possibilidades e limitações de processos de inclusão digital e a sua importância para a integração social e cultural. Segundo Bourdieu (1987), o capital cultural (incorporado, objectivado e institucionalizado), transmitido pela família, vai-se acumulando e impõe-se como hipótese essencial para entender, por exemplo, as diferenças dos resultados escolares em diferentes classes sociais. Rojas *et al.* (em edição) acrescentam que o capital cultural contribui para as “tecno-disposições” ou disposição para as tecnologias que interagem com o “tecno-capital”, uma forma específica de capital cultural que envolve a aquisição de conhecimento, capacidades e disposição para o uso das tecnologias, centrada na relevância reconhecida do uso da internet e dos computadores.

Assim, o conceito de inclusão dos meios digitais pode ser pensado de forma dinâmica, como um processo e que ocorre em diversos sentidos em simultâneo: por um lado, a inclusão dos meios digitais no uso que um indivíduo faz dos diversos meios para os fins que pretende ou, por outras palavras, na sua dieta de media. Por outro lado, a inclusão dos meios em função das dinâmicas familiares leva-nos a considerar não só a forma como esses processos são marcados, nos jovens, pela sua socialização da família, mas também como eles próprios podem afectar a família com as suas escolhas, numa retro-socialização (Buckingham e Willet, 2006); e ainda a inclusão nos seus usos identitários e comunitários, especialmente com vista ao estabelecimento de uma identidade no seio de um grupo ou cultura juvenil (Buckingham, 2007).

Em seguida, debatemos o potencial de integração dos usos dos media para contacto, informação e entretenimento, e em particular o que representam ou podem representar esses tipos de uso através dos media digitais.

### **Contactar**

O uso das tecnologias de informação e comunicação para fins de contacto é cada vez mais comum e também uma das principais formas de uso destas ferramentas, nas diversas faixas etárias. Entre os jovens, nomeadamente, a interacção social é muito importante, seja pessoalmente, em encontros com os amigos, seja mediada, por exemplo através do telefone, do telemóvel ou dos meios digitais. Para Jouet e Pasquier, “a interacção social intensa em torno dos media – e dos ecrãs digitais em particular – atesta a importância que os jovens atribuem à ligação entre eles e os outros” (1999: 37).

As crianças e jovens estão num momento das suas vidas em que estão altamente motivados a construir as suas identidades sociais, criar grupos e redes sociais e questionar os significados culturais (Livingstone, 2002). Assim, todos os aspectos dos media e das TICs que permitem esses processos são importantes e

estão embebidos nas relações entre pares e mediados pelas tecnologias móveis (in Haddon e Green, 2009: 123).

“Os jovens que já têm acesso à internet ou aos telemóveis vêem a comunicação *online* como um espaço de sociabilidade entre os pares onde exercem autonomia para a conversa que é privada ou definida pelos amigos e pares. Ainda, os media sociais (MSN, Skype e redes sociais) não constituem um mundo virtual ou alternativo: são simplesmente um outro método de se conectarem com amigos e pares sem quaisquer diferenças das interações da vida ‘real’ diária.” (Horst, 2010: 38).

No caso dos telemóveis, Geser (2004) afirma que os usos diferem de acordo com a franja etária: os adultos concentram-se nas chamadas, enquanto os jovens tendem mais para as mensagens de texto, em especial com os amigos. Entretanto, como muitos pais não dominam as mensagens de texto, os jovens acabam por fazer uso das chamadas para contactar os seus pais. Já Campbell (2007) pontua que grande parte do contacto via telemóvel estabelecido pelos adultos diz respeito à coordenação de actividades diárias, que são particularmente úteis no contexto familiar. Assim, o telemóvel funciona como um objecto duplamente articulado: não é somente um objecto físico, ao qual se atribui um sentido, mas também um meio através do qual se pode comunicar e através do qual se pode manter um contacto social (Ling, 2004: 28).

No que respeita exclusivamente à internet e aos sites de redes sociais, boyd assinala que “os media sociais e especialmente os sites de redes social permitem que os adolescentes estejam mais sintonizados, de forma contínua, com a vida dos seus amigos e colegas [...]. Os adolescentes valorizam os media sociais porque eles ajudam a construir, manter e desenvolver amizades com os colegas” (2010: 113). Os adultos também participam dessas práticas, enquanto provedores de infra-estruturas e monitores, mas não como pares competentes ou co-participantes, sublinha a autora.

Este quadro faz adivinhar uma clivagem geracional no que toca aos usos de contacto, ou seja, os media digitais poderão servir usos de contacto diferentes para as gerações mais novas e as mais velhas. O nosso propósito é, assim, analisar de que forma estes usos contribuem para a inclusão dos jovens entre a sua geração e/ou para a geração mais velha.

### ***Entretenimento e mais além***

No que toca aos usos de entretenimento, o seu potencial para a inclusão, particularmente entre os utilizadores mais jovens, precisa também de ser examinado.

Para além de perspectivas mais pessimistas que tendiam a descartar qualquer possibilidade de integração a partir do entretenimento (Postman, 2006), Couldry, Livingstone e Markham (2007) defendem que a ligação a questões públicas não é impossível através do entretenimento, da mesma forma que não advém

necessariamente da informação. Com efeito, embora a integração nos debates públicos seja mais facilitada pelas notícias, da mesma forma que normalmente as pessoas que consomem mais entretenimento têm menor integração, isso não se explica apenas pelo consumo dos media, mas por condições como rotinas diárias, interesse político, envolvimento cívico, discussão sobre política e acção pública. Por outras palavras, o consumo dos media tem que ver com o indivíduo não apenas enquanto membro de uma audiência mas no seu papel mais vasto de cidadão. Por conseguinte, a capacidade de integração ou exclusão dos cidadãos não se resume aos media e assume actualmente contornos complexos, em função das mudanças da sociedade contemporânea e da própria diversidade e fragmentação dos media e das audiências.

Se compreendermos o processo de integração não só na sociedade mais vasta mas também na própria geração, o entretenimento, particularmente sob as formas do humor e do lúdico, pode funcionar para os mais novos como uma forma importante de se relacionarem não só com os indivíduos da sua geração, mas também, em maior ou menor grau, com as outras gerações e a sociedade. David Buckingham (2007) destaca o papel que os media digitais, como os media em geral, podem desempenhar nos processos de formação de identidade por crianças e jovens, bem como no estabelecimento de uma cultura comum, de grande importância para essa fase das suas vidas. Assim, embora, como referimos, não se possa designar esta geração de "digital" ignorando todos os factores sociais e económicos que enquadram o seu acesso à tecnologia, o potencial tecnológico para as identidades e sociabilidades juvenis existe, razão pela qual se devem, precisamente, procurar as diferentes formas como é actualizado por jovens concretos.

Henry Jenkins (1992; 2006) sublinha o potencial dos media, dos digitais em particular, para a criação de conteúdos, participação nos media e estabelecimento de comunidades criativas, muito em torno do próprios conteúdos de entretenimento de outros media. Embora os media permitam transcender a rede social imediata em torno de interesses de lazer, o que se pode questionar na argumentação de Jenkins é até que ponto estas comunidades, embora coesas, se fecham sobre si próprias, criando neo-tribos (Maffesoli, 1999). Além disso, ao focar-se nas dinâmicas internas das comunidades de fãs, Jenkins tende a ignorar as condições de acesso a elas, como o domínio de competências técnicas para a produção de conteúdos.

A perspectiva de Drotner (2007) parece mais sensata, no sentido em que defende que os usos recreativos dos media digitais não devem ser desprezados pelos adultos e pela escola, já que podem ajudar as crianças e os jovens a desenvolver competências que o processo educativo clássico oferece e que se revelam essenciais para o desempenho de tarefas de trabalho futuras. A manipulação dos multimédia em torno de usos recreativos pode assim contribuir para o desenvolvimento de competências estruturantes da aprendizagem. Contudo, o entretenimento não vale apenas na medida em que contribui para a aquisição de competências úteis para uma utilização mais proficiente dos novos media, mas vale por si mesmo por

contribuir para o desenvolvimento cultural e a exploração do lazer na juventude (Drotner in Livingstone e Morill, 2001). Daí a importância de promover estes usos recreativos e experimentais no quadro de programas educativos, de forma a superar diferenças culturais, sociais ou económicas.

Assim, embora o papel do entretenimento tenda a ser desconsiderado como irrelevante, argumentamos que os usos recreativos dos media podem ter um papel, ainda que limitado, para o trabalho em torno das identidades e sociabilidades, particularmente entre os jovens, bem como oferecer pontes para a relação entre as gerações.

### ***Os media e a informação noticiosa***

Neste século XXI, em virtude dos processos de convergência digital, pode-se afirmar que todo, ou pelo menos quase todo, o jornalismo é digital. Os media, sejam eles jornais, televisões, rádio, internet, telemóveis, actuam num sistema global e integrado, coabitando e interagindo em plataformas comuns. Esta convergência digital é importante para o reforço da conexão pública, se pensarmos que as pessoas vão sendo cada vez mais capazes de se adaptar aos media e aos seus consumos e, assim, melhor satisfazer os seus hábitos e necessidades (Couldry e Markham, 2006: 256) e potenciar-se enquanto cidadãos mais incluídos. Essa passagem, contudo, nem sempre se verifica. Jenkins sublinha que “os cidadãos podem ser mais poderosos no seio de uma cultura de convergência, mas apenas se conseguirem usar e reconhecer esse poder enquanto consumidores e cidadãos, como participantes da nossa cultura” (2006: 260).

Se os ambientes mediáticos diversificados e fragmentados que hoje conhecemos podem ser espaços de oportunidades informativas e de diversidades mediáticas ricas (Bennett, 2007; Beckett, 2008), o conhecimento e a capacidade para o reutilizar contribuem para um escalonamento social, tendo em conta que neste novo milénio a gestão da informação, dada a sua natureza vasta e fragmentária, vai constituir um factor de relevância social, alicerçado no capital adquirido nas relações familiares, sociais e escolares. Os media, e em particular os espaços informativos, podem fazer valorizar o capital colectivo das instituições e das pessoas (em termos individuais e também colectivos, como por exemplo na família) (Calavita, 2003: 35).

Os diferentes media contribuem para a conexão pública e a internet contribui, mais do que qualquer outro meio informativo, para que cada um de nós se torne agente (Couldry *et al.*, 2007: 29); ou seja, não basta aceder, é preciso saber navegar e criar, saber como se usa e o que se faz com essa informação. Este nível de inclusão pressupõe um elemento mais vasto de integração e de inclusão que vai além do digital, já que as oportunidades no *online* estão muito dependentes das conjunturas criadas no *offline* (*ibidem*, 2007).



A internet é um *medium* versátil e pode ser considerada um espaço de reforço de relações, designadamente porque permite que amigos, pares e grupos de profissionais se aglutinem por exemplo nas redes sociais e sejam capazes de transpor debates e reforçar laços no *online*.

Para além disso, a informação da qual nos podemos apropriar nos diferentes media, inclusivamente na internet, pode também ela servir de motivação para a discussão na "vida real". Todavia, essa utilização activa da informação requer também uma dose de literacia e de conhecimento sobre os media e a forma como veiculam conhecimentos. A educação é, por isso, identificada como um importante espaço de ligação com os assuntos noticiosos (Grabe *et al.*, 2009: 94). As pessoas mais letradas e com maior grau de educação são, assim, tidas como mais capazes de usar e compreender os media (*ibidem*: 108).

Desta forma, podemos assumir que o equilíbrio dos usos sociais, recreativos ou informativos dos jovens e seus familiares será influenciado pelos recursos das famílias.

"A abordagem em desaparecimento da divisão digital previa que o uso da internet pelos adolescentes como um meio de informação, como um meio social, e como um meio de entretenimento não teria relação com os seus recursos sócio-económicos, cognitivos e culturais. A abordagem emergente da diferenciação digital, pelo contrário, previa que os adolescentes com recursos sócio-económicos, cognitivos e culturais mais elevados usariam a internet mais frequentemente como um meio de informação e social, mas menos frequentemente como um meio de entretenimento". (Peter e Valkenburg, 2006: 300)

Olhemos em seguida para o contexto português de forma a situar este debate na realidade sobre que nos debruçamos.

### **O contexto português**

O chamado – e muito debatido – fosso digital é marcado, no caso português, por uma declinação geracional, além de uma diferenciação de classe. A diferença geracional, originária no fosso educacional que remonta ao atraso histórico do país, faz com que este seja um dos poucos a nível europeu em que crianças e jovens menores de 18 anos têm mais acesso e fazem mais uso das tecnologias digitais do que os adultos seus pais (Hasebrink *et al.*, 2007). Com efeito, a maioria dos adultos portugueses em idade de serem pais de crianças e em idade activa (30-55 anos) apresenta o mais baixo nível de escolaridade entre os países europeus, abaixo dos nove anos de escolaridade (European Social Survey, 2010).

Esta situação está, contudo, a mudar – e a mudar rapidamente. Por via das políticas públicas, as duas áreas que evocámos têm merecido intervenção prioritária: a educação e o acesso a tecnologia. Os programas Novas Oportunidades e e-Escolas têm promovido, respectivamente, a qualificação de adultos

para níveis superiores de escolaridade e o acesso a computadores portáteis e à internet por parte de alunos (bem como de professores) dos 1º, 2º e 3º ciclos do ensino básico e do ensino secundário (12 anos de escolaridade) e também aos alunos do programa de requalificação.

Mais ainda, a história recente do país tem ditado que este se tenha transformado, de um país de emigrantes, num de imigrantes, nas décadas de 70 e 80 das antigas colónias africanas (Angola, Moçambique, Guiné-Bissau, Cabo Verde, São Tomé e Príncipe) e do Brasil, e na década de 90 dos países da Europa de Leste e com uma acentuação da imigração brasileira, ao mesmo tempo que se nota uma tendência crescente de emigração, já não de trabalhadores sem qualificação, mas qualificados.

Em termos de consumo de media, a televisão continua a ser o meio hegemónico entre a população portuguesa (Rebelo, 2008). A par disso, no entanto, o computador e a internet têm vindo a ganhar terreno, especialmente entre as faixas etárias mais novas e progressivamente cobrindo mais classes sociais. Em particular, o acesso à internet por crianças e jovens mudou significativamente nos últimos cinco a seis anos. Embora não estivessem entre os utilizadores pioneiros em 2003 (Cardoso e Espanha, s/d), num estudo posterior, coordenado por José Rebelo, o grupo dos jovens entre 15 e 24 anos liderava, com 65%, na utilização dos media digitais (Rebelo, 2008); de 74% de jovens entre 10 e 15 anos que usavam a internet em 2005, passou-se para 93% em 2008, aumentando também a frequência de uso, com 55% a usar diariamente ou quase diariamente (UMIC, 2009). Aliás, Portugal é um dos poucos países europeus em que as crianças (6-18 anos) utilizam mais a internet do que os adultos (Eurobarómetro 248, 2008), sendo que o uso de computadores e internet cai de forma constante à medida que se progride no escalão etário (UMIC, 2010).

Mais ainda, o uso da internet por crianças e jovens ocorre maioritariamente em casa, e embora haja acesso em escolas e outros locais públicos como bibliotecas ou centros cívicos, estes locais têm maiores restrições quer ao tempo quer aos fins da utilização (INE, 2008). No interior das casas, 48% das crianças entre 8 e 18 declarava em 2008 ter o computador no seu quarto, contra 34% que o usavam na sala ou outros espaços partilhados da casa (Cardoso *et al.*, 2009).

Quanto aos usos de lazer, cresceram de 84% para 89% entre 2005 e 2009 (INE, 2008), notando-se que os mais velhos de entre os jovens, com 15 a 17 anos, preferem usos comunicativos ou de redes sociais (Almeida *et al.*, 2008). Sendo Portugal um país de consumo informativo tipicamente baixo (Hallin e Mancini, 2004), os jovens apresentam um nível particularmente baixo de interesse nas notícias, quer na internet, televisão, rádio ou imprensa, especialmente as notícias que dizem respeito à política (Rebelo, 2008; Magalhães e Moral, 2008).

O World Internet Project (WIP) (baseado num inquérito efectuado entre Maio e Junho de 2010 a maiores de 15 anos) revelava uma ordem de preferências diferente: a troca de e-mails, uso de Instant Messaging e

acesso a redes sociais é o uso preferencial dos utilizadores portugueses, seguido pela procura de notícias na internet, que surge aqui enquanto tarefa relevante comparativamente com outras indicadas pelo estudo (OberCom, 2010).

Em termos de local de acesso, os jovens acedem mais na casa do que na escola, e estão mesmo entre os jovens europeus que mais utilizam a internet no quarto: 48% das crianças com 8 a 18 anos usam no quarto, 34% noutras divisões da casa, concluíram Cardoso *et al.*, 2009; 67% das crianças com 9 a 16 anos usam no quarto, e 26% usam noutra divisão partilhada da casa, apontou o estudo de Livingstone *et al.*, 2010. Estes dados podem indiciar que os jovens são os únicos ou principais utilizadores da internet na família, ou que há uma multiplicação dos locais e plataformas de acesso nas famílias.

Por outro lado, embora os jovens continuem a ser os que mais usam a internet, a televisão ainda é o meio mais importante para informação e para entretenimento, tanto no caso português (Rebelo, 2008; Cardoso *et al.*, 2009) como, por exemplo, no britânico (Couldry *et al.*, 2007).

Neste cenário de mudança, urge compreender o que está efectivamente a mudar, quais são as eventuais bolsas de desigualdade que permanecem e/ou que, por outro lado, se criam, pensando no acesso bem como no uso. Isto significa prestar atenção a literacias, mediações, dinâmicas entre família, escola, pares. Para tal, é necessário atentar nos locais e condições de acesso, bem como nos tipos de uso, frequência e duração.

### **Contexto e metodologia**

O presente artigo insere-se no projecto de investigação "Inclusão e integração digital: Comparação de trajectórias de uso de meios digitais por diferentes grupos sociais em Portugal e nos Estados Unidos (2009-2011)" (UTAustin/CD/016/2008). Este projecto visa conhecer as condições e tendências de acesso e de uso de meios digitais, com um foco em grupos digitalmente excluídos (idosos, mulheres, imigrantes, minorias étnicas e linguísticas) e uma atenção à integração digital de crianças e jovens.

O método utilizado na primeira fase da investigação consistiu em entrevistas semi-estruturadas, abordando a história da família (mobilidade, etnicidade, educação, trabalho e estatuto sócio-económico) e a história pessoal com os media (usos na infância/adolescência, na actualidade e usos do computador e internet). Foram entrevistados pares de familiares, de duas gerações diferentes (a maiores de 15 anos), consecutivas ou não, procurando contactar amostras de conveniência teoricamente sustentada. Foi obtido um consentimento informado por parte dos participantes. No total, foram realizadas 130 entrevistas, por jovens investigadores em cursos de pós-graduação.

O presente artigo concentra a análise nas famílias com jovens entre os 15 e os 18 anos, num total de 14 famílias e, por conseguinte, 28 indivíduos, procurando compreender os seus consumos de contacto, de entretenimento e noticiosos, especialmente dos media digitais. Nos usos de contacto incluímos os usos comunicacionais ou interpessoais, síncronos ou assíncronos, através de telefone ou telemóvel ou através dos media digitais (e-mail, conversaçoão por chat ou instant messaging, redes sociais ou Voice-over-IP). Por usos de entretenimento, compreendemos jogos, filmes, música, leitura, interesses recreativos, enquanto por usos informativos entendemos essencialmente o consumo noticioso, excluindo a pesquisa de informação utilitária ou para fins de trabalhos escolares ou profissionais. Excluimos, assim, da análise os usos utilitários, relacionados com contextos de trabalho ou de acesso a informação para realização de trabalhos escolares, partindo do princípio de que estas utilizações acabam por ser impostas pela inerência da obrigação de trabalhar e de fazer trabalhos escolares, ao invés de uma escolha espontânea; além disso, não seria possível comparar essa função com a rádio, a televisão ou a imprensa.

A questão central que norteia o artigo é: *de que forma os usos de entretenimento, contacto e informação dos media podem contribuir para uma integração digital no contexto português?*

Mais ainda, em relação às famílias, interessa avaliar o papel do capital económico, cultural e social para a utilização limitada ou maximizada dos media digitais. *De que forma diferentes níveis de escolaridade e escalões ocupacionais se traduzem em apropriações distintas dos media digitais? Por outro lado, em relação aos indivíduos, importa procurar o peso dos factores de género, idade, etnia ou estatuto migrante na combinação dos media digitais com os outros media nas rotinas e práticas quotidianas.*

Além disso, *de que forma podemos compreender os processos e dinâmicas de inclusão nos media digitais individualmente, como também entre as gerações?*

## **Resultados**

### *Caracterização geral da amostra*

Esta amostra de 14 entrevistados dos 15 aos 18 anos (metade rapazes e metade raparigas) é composta apenas por estudantes, nove dos quais usam assiduamente a Internet e os restantes cinco usam algumas vezes. Se olharmos para os familiares mais velhos (13 mulheres e um homem: pais entre 28 e 49 anos e uma avó de 72 anos), em termos de ocupação e escolaridade, constatamos que entre os pais que completaram o ensino superior há uma maior percentagem de utilizadores assíduos da internet.

Jovem	Idade	Género	Escol.	Uso Internet	Naturalidade	Adulto	Parentesco	Idade	Género	Escol.	Sit.profissional	Uso Internet	Naturalidade
Fernanda	15	F	9º ano	Ocasional	Brasil	Patrícia	Mãe	45	F	Ensino superior	Assistente de direcção hoteleira	Assíduo	Finlândia
Josephine	15	F	9º ano	Ocasional	Portugal	Célia	Mãe	42	F	Ensino superior	Eng. técnica	Assíduo	Cabo Verde
Ana	15	F	8º ano	Assíduo	Portugal	Ana Catarina	Mãe	42	F	Ensino secundário	Vendedora de imobiliário	Assíduo	Portugal
Luís	16	M	11º ano	Assíduo	Portugal	António	Pai	41	M	Ensino secundário	Técnico de artes gráficas	Assíduo	Portugal
Stephan	16	M	12º ano	Assíduo	EUA	Paula Ribeiro	Mãe	37	F	Ensino secundário	Empregada de mesa	Ocasional	Angola
Carolina	17	F	12º ano	Assíduo	Portugal	Paula Ferreira	Mãe	41	F	2º ciclo	Pequena agricultora	Assíduo	Portugal
Mónica	15	F	9º ano	Ocasional	Portugal	Paula Pina	Mãe	41	F	3º ciclo	Operária fabril	Raro	Portugal
José	16	M	11º ano	Assíduo	Brasil	Jacilene	Mãe	39	F	Ensino fundamental (Brasil)	Desempregada	Raro	Brasil
Pedro	15	M	9º ano	Assíduo	Portugal	Maria	Mãe	28	F	1º ciclo	Operadora de charcutaria	Não usa	Portugal
Cátia	17	F	10º ano	Ocasional	Portugal	Conceição	Mãe	43	F	1º ciclo	Servente	Não usa	Portugal
Daniela	18	F	Ensino Superior	Assíduo	Portugal	Goreti	Mãe	49	F	Ensino Superior	Gestora de projectos	Assíduo	Portugal
Itamar	15	M	9º ano	Assíduo	Portugal	Eurisa	Mãe	46	F	Ensino Superior	Cabeleireira	Ocasional	Guiné-Bissau
Lucas	17	M	11º ano	Ocasional	Itália	Adriana	Mãe	47	F	Ensino Superior	Jornalista	Assíduo	Brasil
Diogo	15	M	Ensino secundário	Assíduo	Portugal	Maria José	Avó	72	F	Ensino Superior	Reformada	Raro	Portugal

Fonte: Projecto Inclusão e Participação Digital (Ponte, Straubhaar & Azevedo)

Dos 14 jovens dos 15 aos 18 anos entrevistados, 13 possuem computadores com ligação à internet, seja por banda larga ou internet móvel 3G; apenas uma jovem não possui nem computador nem internet, mas utiliza-a na biblioteca. Nove dos entrevistados usam assiduamente a internet e os restantes cinco usam algumas vezes.

Entre os entrevistados adultos, podemos encontrar uma ligação mais fraca à Internet: oito utilizam regularmente a internet, três usam-na raramente e três não a usam. É entre os entrevistados com ensino superior que se encontra uma maior tendência para usar assiduamente a Internet. O desequilíbrio em termos de género entre os adultos participantes não permitirá explorar diferenças a esse nível, mas sim a nível de escolaridade e ocupação, além de permitir encontrar os repertórios de apropriação e exclusão dos media digitais entre as mulheres. A amostra foi, como referimos, intencional, uma vez que se procurava compreender formas de integração digital das mulheres, um grupo tecnologicamente em desvantagem.

Das 14 famílias analisadas, sete são famílias de imigrantes, que incluem imigrantes brasileiros, de Cabo Verde, de Guiné-Bissau e de Angola, e um adolescente nascido na Flórida, nos Estados Unidos. Dois

adolescentes e uma mãe são imigrantes de segunda geração, uma vez que foram os pais os que imigraram de África para Portugal. Essas famílias possuem parentes que vivem fora de Portugal e mantêm contacto com esses familiares.

### **Contactar**

Entre os 14 jovens, a maioria deixam clara a relevância da internet no seu dia-a-dia principalmente como forma de contacto com os seus amigos. O programa de mensagens instantâneas Messenger é o mais utilizado, mas há também referências às redes sociais e ao Skype. Quando questionados sobre os usos que fazem da internet, afirmam:

A internet eu uso mais para falar com os amigos, e-mail e para pesquisa para a escola. (Fernanda, 15 anos)

Hi5, MSN, p'ra 'tar contactada com os amigos e isso... (Ana, 15 anos)

Normalmente para ir ao Facebook, Hi5 e MSN, para falar com os amigos. Com bastante frequência, MSN (risos). (Itamar, 15 anos)

A princípio a internet servia apenas para ver e-mails. Agora criou-se uma dependência para comunicar com os amigos. (Daniela, 18 anos)

No caso dos familiares mais velhos, a situação é menos homogénea: se a mãe da jovem que não possui computador nem internet está também excluída do seu uso, e uma avó não possui equipamentos em casa, mas já utilizou na sua zona e enviou e-mails, três adultas declaram liminarmente que não sabem utilizar o computador, a internet ou as ferramentas de comunicação como o Messenger e o Skype.

É assim, hoje em dia digo que (o computador) é para limpar o pó. (Paula Pina, 41 anos)

Entre os 10 adultos que possuem internet em casa, uma mãe depende do filho para ver os seus e-mails (Eurisa, 46 anos), e outra utiliza assiduamente para pesquisas e para consultar a previsão do tempo, uma vez que trabalha na agricultura, mas não a utiliza para contacto (Paula, 42 anos). Sete afirmam utilizar a internet também como forma de comunicar, sobretudo por e-mail, seguido pelo Skype e por último o MSN.

Primeiro é por causa do trabalho... depois obviamente para se comunicar, já que é um meio fácil e barato, e é rápido, você entra na internet, agora com o Skype você pode fazer isso. (Patrícia, 45 anos)

Para mim neste momento, serve para quando quero saber alguma coisa na Net, para fazer uma pesquisa. Vou lá no computador dos meus filhos ou do meu marido ou quando vou ao Messenger falar com meus colegas, não serve para muito mais. (Jacilene, 39 anos)

Para a maioria dos adultos, o contacto através da internet é sobretudo com a família e amigos. Para uma família com um adolescente, o contacto via Skype funciona como uma forma de controlo:

Hmm e eu consigo, estando no trabalho, consigo "vigiar" o Afonso: eu sei a que horas é que ele acorda, porque assim que ele acorda aparece lá a luzinha verde em como ele se ligou, e consigo falar com ele, para ver se está tudo bem, se ele já tomou o pequeno-almoço. Qualquer coisa que aconteça, eu vou sempre falando com ele. (António, 41 anos)

Tanto jovens como adultos não vêem o computador desvinculado da internet, identificando-a sobretudo com os usos de comunicação. Quando questionados sobre a utilidade dos computadores, alguns jovens responderam:

Ouvir música, estar no MSN... (Mónica, 15 anos)

Mais para falar com meus amigos, para fazer trabalhos da escola, para me divertir, para ver notícias e os lugares. (José, 16 anos)

MSN, downloads, hi5, Facebook... (Ana, 15 anos)

No caso dos jovens, o contacto estabelecido diariamente via internet é mais frequente entre os pares, mas também, em alguns casos, com a família. Os jovens conversam com os seus amigos sobre as mais diversas temáticas que os envolvem, como desporto, música, relacionamentos, filmes entre outros.

Falar com os amigos no Messenger, estabelecer conexões...

*E com os seus amigos, costuma utilizar?*

Sim, com os meus amigos. Principalmente é com os meus amigos. (Luís, 16 anos)

Para outros, o contacto possibilitado pelas novas tecnologias serve a tarefa de fazer os trabalhos em grupo para a escola.

...agora como a tecnologia já evoluiu bastante, posso estar em casa e estar a falar com os meus amigos pelo computador, pelo Messenger, e podemos estar a fazer o trabalho em conjunto. (Stephan, 16 anos)

Se para alguns jovens o hábito de manter o contacto com os amigos através da internet se torna quase um vício (Pedro, 15 anos), para outros o uso da internet faz mesmo parte do seu tempo passado com os amigos, demonstrando a importância dos pares a vários níveis na experiência da internet.

- *E com os seus amigos, costuma utilizar?* - Sim, quando vou a casa deles ou quando eles vão à minha. (Itamar, 15 anos)

De vez em quando, quando tem um encontro na casa de algum amigo. Nos encontramos na casa de algum amigo, e nos encontramos na casa de um ou de outro, aí tem o computador ligado e vamos ver um vídeo no You Tube todo mundo junto, estas coisas. (José, 16 anos)

Para outros ainda, manter contacto via internet com os amigos pode ser uma alternativa para outros sentimentos vivenciados por esses jovens em seus quotidianos, como o tédio.

Quando não tenho nada que fazer e não me apetece ver televisão vou para lá, comunicar com amigos, etc, etc, jogos. (Diogo, 15 anos)

Quanto ao uso das redes sociais, como Hi5 e Facebook, a diferença entre jovens e pais é ainda mais gritante: entre os 10 adultos que dizem utilizar a internet somente dois afirmam fazer uso das redes sociais:

Como tenho uma família dispersa em quase todos os continentes do planeta, utilizo muito o Skype e o Facebook na internet. Os telefonemas internacionais são muito caros pelo que os uso menos. Inclusive, consegui reunir os antigos amigos da escola pelo Facebook...Comecei a usar o Facebook há um ano e meio. Foi através dos filhos que comecei e agora exploro-o diariamente. (Goreti, 49 anos)

Já entre os jovens, o uso das redes sociais está mais disseminado e equilibrado entre as duas redes sociais mencionadas, o Hi5 e o Facebook. Ainda, os jovens utilizam as redes sociais para se comunicar com os amigos e para jogar, também com os amigos:

Na internet uso mais o Facebook do que o Messenger. No Facebook gosto de jogar *online* com os meus amigos. É uma maneira de comunicar. Ver o que o outro está a fazer. (Daniela, 18 anos)

#### *O contacto pelos telemóveis*

No que respeita aos usos dos telemóveis pelos adolescentes dos 15 aos 18 anos, a maioria é categórica em afirmar que utiliza os telemóveis para enviar e receber SMS e para fazer e receber chamadas. Esses usos demonstram um objectivo claro de manter o contacto com outras pessoas, nomeadamente família e amigos, não importando que o aparelho tenha ferramentas modernas e vários recursos:

Dá para ir [à internet] mas eu não ligo muito a isso, desde que dê para mandar mensagens e para ligar aos meus amigos é o que é importante. (Luís, 16 anos)

*(Como contactas com a tua família e os teus amigos?)* - Essencialmente é mais por telemóvel. Sou uma pessoa que gosta de ligar apesar de enviar muitas SMS. Quando tenho saudades ligo para a família ou para os amigos. (Daniela, 18 anos)

A troca de SMS faz parte de uma rotina comunicativa com os pares a fim de saber o que os amigos estão a fazer, para estabelecer quem são, assim como a sua posição no grupo de pares. O uso dos SMS é uma forma de manter este contacto, gastando pouco ou nenhum crédito do telemóvel, dependendo do plano que se tem. Caron e Caronia (2007: 5) explicam que "quando os adolescentes usam as mensagens de texto (SMS) para conversar, namorar e fofocar, quando eles se envolvem nas trocas infinitas de mensagens escritas, reinterpretem a tecnologia para atender as necessidades de sua cultura específica". Para os



autores, este hábito na cultura juvenil vai muito além do que a simples troca de informação de uma maneira breve e rápida.

Alguns dos jovens entrevistados fazem uma distinção no tipo de contacto: para os pais utilizam mais as chamadas e para os amigos, os SMS. Muitas vezes, isto acontece porque os pais não dominam a ferramenta das mensagens de texto, ainda que usem mais o telemóvel do que a internet para comunicar com família e amigos. Na verdade, o telemóvel desempenha um papel fundamental como ferramenta de comunicação entre as duas gerações, entre família e amigos:

*(Para que usas o telemóvel?) - Ouvir música, tirar fotografias, mandar mensagens... chamadas não tanto, mais p'os pais, mas principalmente ouvir música e mandar mensagens. (Mónica, 15 anos)*

É só para receber chamadas que ele às vezes só recebe chamadas, fazê-las não faço. Eu não sei ler as mensagens nem sei mandá-las. É só para ela (filha), se acontecer alguma coisa, estar em comunicação. Não tenho telefone fixo em casa e preciso do telemóvel para estar em comunicação.

*(Conceição, 43 anos)*

Com o meu filho (que mora em Lisboa) o celular, só o celular. SMS. *(Adriana, 47 anos)*

Nota-se nos discursos de algumas das mulheres uma desvalorização da sua utilização da tecnologia, investindo nos mais novos como especialistas:

Eu cá por mim telemóvel é só mesmo para atender. Mensagem já nem fico muito atenta a elas, mas pronto. Às vezes o meu filho está sempre a chamar-me a atenção: "tens mensagem mãe", senão eu não chego a elas... Eu por mim comprava sempre aquele mesmo de atender e falar.

*(Eurisa, 46 anos)*

Se outro grupo pode ser denominado de utilizadores moderados, que fazem e recebem chamadas mas também outra actividade, como enviar e receber SMS ou fotografias, um grupo mais restrito de adultos é o dos entusiastas das tecnologias de comunicação:

Tenho dois telemóveis. Atendo e tiro fotografias com eles pois tem todas as funcionalidades. Uso também para escrever mensagens, pessoais e de trabalho. Um telemóvel é mais de trabalho e o outro é pessoal. *(Goreti, 49 anos)*

#### *Manter o contacto entre imigrantes*

Constata-se que as famílias que ainda têm parentes e amigos em outros países também tiram proveito das possibilidades dos novos media, inclusive dos telemóveis, para intensificar a sensação de conexão e comunicação (Horst, 2010: 170).

O telemóvel desempenha um papel fundamental no contacto destes imigrantes com os seus familiares que ainda vivem nos países de origem: das sete famílias de imigrantes que fazem parte da nossa amostra, seis afirmaram utilizar o telemóvel para esse fim e uma, apenas em casos de urgência.

Não, só se for um caso de urgência, normalmente ligo do fixo. (Jacilene, 39 anos)

Aproveitando as frequentes promoções das empresas de telemóveis, os imigrantes podem falar com a família no estrangeiro a preços mais reduzidos, o que é relevante especialmente para aqueles que não possuem banda larga ou que não sabem manusear as ferramentas *online*. O telemóvel é, assim, mais fácil e menos restritivo para esta população. Por sua vez, o telefone fixo perdeu bastante espaço na comunicação internacional, especificamente entre os imigrantes, sendo mencionado somente em duas famílias e uma delas salienta o crescente uso do Skype.

Por outro lado, além do telemóvel, seis famílias afirmam também utilizar o Skype, o MSN e também os emails como uma forma de contacto bem mais económica com aqueles que estão mais distantes:

A gente usa o telefone, mas que também sai caro, ou então a internet que é o que sai mais barato e eles têm lá e a gente tem aqui, então dá. E até e melhor que a gente trabalha fala com vídeo. (José, 16 anos)

Antigamente era o telefone fixo, que era aqui em casa, mas hoje em dia é por Skype, e por internet e e-mail. (Patrícia, 45 anos)

Os usos de contacto por parte de jovens e adultos obedecem, assim, a propósitos e padrões diferentes, mas encontram-se disseminados pelos seus quotidianos, seja para comunicar entre os seus grupos etários ou com outras gerações.

### ***Entreter***

#### *Uma questão de tempo*

Entre os jovens utilizadores da internet, os usos para fins de entretenimento destacam-se depois dos usos de contacto. Seja para ver filmes, jogar, ouvir e descarregar música ou actualizar outros *hobbies*, a internet surge como meio flexível para ocupar os tempos livres e os interesses para alguns jovens. No entanto, estes usos ocorrem de maneiras diferentes: se Ana, 15 anos, utilizadora assídua da internet, tem no telemóvel e na internet os seus principais meios de entretenimento, onde vê filmes (além de ver no cinema e na televisão), Itamar, com a mesma idade e também utilizador assíduo, diz que o principal meio para divertimento é a internet, mas apenas para o acesso a música. Outros, por seu lado, mantêm uma relação utilitária com a internet, usando-a mais para trabalhos escolares do que para divertimento, como acontece com Carolina, 17 anos, apesar de ser utilizadora assídua.

A utilização dos media digitais para entretenimento relaciona-se, nas entrevistas realizadas, com os tempos de lazer, por oposição aos tempos de estudo ou trabalho profissional ou doméstico, bastante marcado entre as mulheres adultas com profissões menos qualificadas. Se as obrigações escolares dos jovens condicionam o seu tempo dedicado ao lazer, mesmo que parte dessas obrigações sejam cumpridas também no computador e na internet, no caso dos adultos essa indisponibilidade faz com que privilegiem os meios "frios" e coloca a internet em desvantagem: enquanto a rádio ou a televisão podem ser distrações para as tarefas domésticas (ou meios de informação), a internet ou os filmes consomem tempo de que estas mulheres não dispõem.

*(Qual é o meio de comunicação social que usa principalmente para divertimento?) - É o computador, sim, é o computador sem dúvida. - Então para ti, os computadores servem principalmente para entretenimento?- Sim, mas agora já preciso de... de usar mais o computador para trabalho, porque estou no 11º ano, tenho que me preocupar mais com essas coisas. (Luís, 16 anos)*

Tenho sempre um computador que é para trabalhar, tenho outro computador que é para jogar. Quando sei que tenho de trabalhar, trabalho. Quando não tenho nada para fazer, jogo. (Stephan, 16 anos)

Quando estou em casa é mais a música que eu meto e vou fazendo as coisas. (Conceição, 43 anos)

Dizer assim "Vou parar de fazer isto ou aquilo para ver um filme", não! - *Mas quando vê, vê através de que meio, dvd?* - Televisão. (...) Mas acabo por nunca ver um filme completo. (...) Eu acabo por ter a televisão ligada e acabo por ir fazendo as minhas coisas, (...) não estou parada ali a ouvir ou a ver um programa. (Paula Pina, 41 anos)

Além disso, o tempo de lazer é dividido entre formas não-mediadas e mediadas. Em geral, nota-se um escasso interesse dos mais jovens pela leitura e uma popularidade dos jogos, especialmente entre os rapazes e entre os mais novos, mas a internet parece oferecer a jovens com menos recursos económicos formas de entretenimento acessíveis. Porém, para outros a opção é por uma maior sociabilidade no exterior de casa, preterindo outras formas de entretenimento através dos media. Esta preferência pelo convívio com os amigos ajuda a explicar o maior uso dos media digitais na adolescência para contacto com os amigos, como se viu na secção anterior, mas também um menor espaço para os media digitais e dos media em geral no tempo de lazer.

Na adolescência, ir às compras, estar com os amigos, com o namorado. (Ana, 15 anos)

Eu brincava mais na rua do que 'tava em casa vendo filmes. E agora na adolescência, é mais o computador, os amigos, na rua e o teatro, o cinema, mais isso. (José, 16 anos)

A fraca disponibilidade financeira dos jovens, dependente das suas famílias, leva-os também a recorrer à internet em busca de conteúdos culturais sem custos, sobretudo os de estatuto sócio-económico, mas também cultural, médio ou alto.

Filme pra mim, p'ra ser seriamente visto tem que ser pelo cinema, né, senão não tem a mesma graça. Mas como eu não posso estar sempre a ir no cinema, vejo pela televisão ou pelo computador. Vou à Internet, tiro e vejo. (José, 16 anos)

### *Perseguindo interesses*

Na verdade, o consumo de media para fins de lazer é orientado por interesses específicos desenvolvidos noutros espaços: Luís, 16 anos, tem no skate a principal forma de ocupar o seu tempo livre e que também o leva a assistir a filmes relacionados com esse desporto na televisão e na internet.

*E em geral, utiliza a Internet normalmente para quê? Porquê?* - Hmm... [silêncio; risos] Filmes de skate, sei lá tanta coisa, não sei, agora nem me lembro... (Luís, 15 anos)

Por seu lado, Fernanda, 15 anos, utilizadora menos frequente da internet, tem um gosto pelo género policial, que explora em livros, séries de televisão e filmes, não se socorre da internet para actualizar o seu interesse. Parte da explicação para que esta extensão não ocorra tem que ver com a mediação familiar, em que a internet não é culturalmente valorizada e se lhe reserva uma relação mais utilitária. Esta concepção transparece no próprio discurso da mãe, que diz também preferir, para si e para a família, filmes "intelectualóides", no cinema ou na televisão:

Se quero ter minha diversão se quero ouvir música eu coloco um CD, se quero ler um livro eu tenho um livro aqui, minha diversão não é internet. (Patrícia, 45 anos)

Apesar de a sua mãe ter menor qualificação do que a família anterior, Mónica expressa a mesma hierarquia de valores culturais ao desvalorizar a sua utilização recreativa do computador:

*Qual é o meio de comunicação social que usa principalmente para divertimento?* - A televisão. (...) Eu, o computador, eu uso-o não é para um uso cultural, é mais entretenim... não... não sei dar muito valor a esse aspecto. (Mónica, 15 anos)

Por seu lado, a única jovem sem acesso à internet em casa, detida tanto pela falta de capacidade financeira da mãe solteira como pelo seu pânico moral sobre a internet, contempla a ideia de uma utilização para ver filmes, até agora vendo apenas na televisão e requisitando da biblioteca, mas sem nunca ter ido ao cinema.

*- Gostavas de ter internet em casa?* - Sim, gostava. *- Para quê?* - Criava depois um site, ia ao Messenger e falava com as minhas colegas todas... ou então sacava filmes para eu ver. (Cátia, 17 anos)

*Unindo gerações*

Num primeiro nível, os discursos sobre o lugar dos media nas infâncias dos adultos entrevistados motivam uma imagem glorificada de uma maior liberdade, descrevendo cenários de lazer na rua ou com artefactos não comerciais, muito embora relatem também memórias do consumo de media na infância e adolescência, sobretudo na televisão, mas também na rádio, e maioritariamente ao entretenimento nestes meios (desde desenhos animados a séries infantis e juvenis ou programas de família). Estes discursos opõem-se a uma ideia da comodificação e mediação do lazer das crianças actualmente.

Tudo o que tenha a ver com brincadeiras... não tínhamos bonecos, não tínhamos nada; não havia bonecos, não havia Playstation como há agora; não havia televisão, nem electricidade tinha. Brincava com o meu irmão, lembro-me que, no quintal, lá com umas pedrinhas... eram os carrinhos!... (António, 41 anos)

Assim, estes discursos sobre os media na infância ajudam também a estruturar diferenças de geração e levam as famílias a enquadrar o lazer dos seus filhos de formas diferentes, como já vimos, de acordo com diferentes trajectórias e mobilidades familiares.

Por outro lado, se algumas mulheres usam pouco a internet por falta de tempo, para outros adultos é uma questão de falta de relevância:

O facto de eu não estar adepta neste momento se calhar é por não ter uma verdadeira necessidade. (Maria José, 72 anos)

Particularmente no que diz respeito aos usos de entretenimento, muitos dos adultos entrevistados preferem a televisão, sem qualquer interesse específico, consumindo apenas "o que dá", muito embora alguns utilizem a internet no trabalho. Neste caso, ressalta das entrevistas a capacidade para serem os jovens, utilizadores mais assíduos e aparentemente mais proficientes, a mostrarem a relevância da internet aos seus familiares mais velhos, particularmente através de usos de entretenimento ou culturais, como também através de utilizações de gestão doméstica ou utilitárias (banco, tempo, etc).

Vejo o[s filmes] que a televisão tem para oferecer. No outro dia o Stephan tirou o 2012... gosto de ver filmes. (Paula Ribeiro, 37 anos)

Assisto (filmes) na sala, às vezes com o Pedro. Mas agora o Pedro também tem aqui [apontando para o computador], ele põe aqui e diz para a gente ficar ali, deitados ali [na cama]. (...) Agora o Pedro tem o computador. Ele liga, põe música e a gente diverte-se. (Maria Lopes, 28 anos)

Olhe, *O Código Da Vinci* que eu queria tanto ver, só agora é que... foi na semana passada que o meu filho chegou ... "mãe, já te pus tudo. Deita-te no sofá e vê". Pronto, estive ali a ver. Mas é mais por questões de tempo mesmo, porque eu adoro. Sempre adorei cinema, filmes. E agora

tem-se a facilidade de se ter muito em casa e coiso. Mal sai no coiso, em dois tempos já podemos vê-lo em casa. (Eurisa, 46 anos)

Quando eu tinha mp3 pedia para o meu filho baixar porque eu não sabia fazer. Até posso saber e aprender, mas eu sou preguiçosa. (Adriana, 47 anos)

No caso dos imigrantes, os jovens podem ser a ponte para um acesso mais facilitado à cultura de origem dos pais:

[Ouço] sobretudo músicas africanas. A essas não resisto. Um bom kizomba, funaná e coisos, adoro. - *Como é que ouve normalmente, através de que meios?* - Oiço no MP3 às vezes. De vez em quando, quando sai uma boa música o meu filho vem: "oh mãe ouve", o meu filho põe-me ao ouvido. (Eurisa, 46 anos)

Assim, como encontraram Peter e Valkenburg (2006), entre os jovens de estatuto sócio-económico mais desfavorecido, os usos de entretenimento dos media, incluindo os digitais, tendem a ser privilegiados sobre outras formas de lazer e de cultura. No entanto, esses usos e a partilha desses usos no lar pode ser uma forma de mostrar a relevância dos media digitais aos seus familiares menos utilizadores da internet, para famílias com poucas qualificações e poucas opções de lazer ou culturais, promovendo assim a sua inclusão digital (Buckingham e Willett, 2006). Para famílias imigrantes, o entretenimento através dos meios digitais pode ser uma forma de se ligarem à cultura popular do seu país de origem.

Além disso, os usos de entretenimento não são apenas relevantes enquanto forma de inclusão, mas relevantes em si mesmos, sobretudo na juventude, em que o lazer e as (várias) formas de cultura assumem um papel deveras importante no desenvolvimento reflexivo de identidades (Buckingham, 2007; Drotner, 2007).

### ***Informação noticiosa***

Neste grupo de jovens, a informação noticiosa continua a ser usada principalmente através da televisão (referida em 13 das 14 respostas). O segundo meio noticioso mais vezes referenciado foi a internet (nove dos jovens, dos quais oito em simultâneo com outros media, principalmente com a televisão, e uma rapariga usa somente a internet para informação). Dada esta evidência, iremos centrar a nossa análise apenas nestes dois meios, que são também os meios mais referidos se olharmos para o grupo de imigrantes. Importa, porém, notar que o terceiro meio mais referenciado pelos entrevistados foi a imprensa escrita e o quarto a rádio. Este não tem representatividade noticiosa nas respostas (inclusive outros dispositivos são também referenciados pelos mais novos para ouvir música), ocupa apenas um espaço importante na memória da infância e da juventude entre os adultos; ou é usado por mulheres de classe mais baixa apenas para entretenimento, como vimos atrás.

*Televisão como media informativo relevante e não diferenciador*

A hegemonia da televisão na informação é visível sobretudo quando os entrevistados são questionados sobre o consumo noticioso em geral e também nas épocas de eleições, especificamente nas de 2009. Esta dupla relevância da televisão tanto é encontrada junto dos entrevistados mais novos como entre os mais velhos.

Entre os cinco jovens que referem ter seguido as eleições, todos o fizeram através da televisão<sup>2</sup>, como aconteceu com os respectivos familiares mais velhos. No caso específico da informação mais relacionada com o campo político, parece ser mais notória uma aproximação televisiva de opções familiares, sendo esta a forma de ligação e de inclusão nos temas políticos.

Entre o grupo de jovens que disse que não ter seguido a campanha eleitoral, notamos uma diferença de género, estando as raparigas em maioria. Isto indica que os rapazes deste grupo têm mais tendência para seguir as eleições (mesmo que estejam descontentes), enquanto as raparigas tendencialmente não seguem as eleições, o que acaba por se reflectir emocionalmente na opção de não prestar atenção a notícias de política.

Infelizmente tive de seguir. [...] Estavam sempre a passar na televisão. A todas as horas. Especialmente na TVI... (Diogo, 15 anos)

A opção por espaços informativos na televisão não indica qualquer tipo de diferenciação notória de classe, género ou educacional. A televisão surge como um dispositivo enraizado nas vidas familiares, nos mais jovens como nos mais velhos, nos seus quotidianos como nos relatos de memórias da adopção e do espaço central que a televisão ocupa nestes espaços familiares. Em ocasiões, essa adopção serve para marcar alguma diferenciação social:

Foi das primeiras casas a ter televisão, foi ali a minha casa. (Maria José, 72 anos)

Quando eu nasci, acho que eles já tinham [televisão]. Porque era uma família média, não é? (Célia, 42 anos)

*Internet como um novo espaço informativo diferenciador*

Neste grupo de jovens, a internet ocupa um espaço de elite no que respeita à informação noticiosa. Se um dos espaços de oportunidades na internet é a procura de informação, em especial informação que contribua para um empoderamento e capacidade de acção positiva em sociedade, nenhum dos entrevistados referenciou, contudo, a procura de informação nas redes sociais, como Facebook ou o Hi5, apesar de as indicarem como fonte de divertimento e de contacto com os amigos.

<sup>2</sup> Note-se aqui que nem todos os entrevistados responderam à questão e alguns deles disseram que não tinham seguido as notícias.

Recorde-se que apenas uma rapariga o faz exclusivamente através da internet. Os outros dividem essa opção com outros media, em todos eles a televisão e depois em menor escala os jornais, a rádio e as revistas. A maioria destes jovens já tem internet em casa há pelo menos cinco anos, o que permite intuir que a procura de informação também poderá está associada a um maior domínio no meio e de uma predisposição individual e familiar para aprofundar esta prática.

A internet como espaço de informação entre os mais novos aparece entre aqueles cujos familiares mais velhos têm ensino superior e alguma tendência para uso da internet para recolha de informação, o que mostra a influência do capital cultural familiar.

Os motivos da procura de informação noticiosa na internet estão associados à sua acessibilidade, actualidade e personalização. Estas informações adicionais foram surgindo de livre iniciativa nas respostas dos entrevistados ou quando questionados no decorrer da conversa sobre os motivos da escolha de um ou outro media.

Não sei, estar a olhar para a televisão e darem-nos logo tudo é mais maçudo. Mas se escrevermos no teclado e aparecer no computador aquilo que nós queremos, é outra coisa. Acho que tem mais interesse. (Mónica, 15 anos)

Provavelmente seria internet, porque eu posso pesquisar coisas que já passaram, então...na televisão é mesmo notícia actual, é por causa disso. (Fernanda, 15 anos)

Porque é,... pode ser..., porque é uma fonte mais rápida e fiável. (Diogo, 15 anos)

Já no grupo dos mais velhos, a opção por media diferentes e inclusive por informação na internet está associada a uma escolaridade mais elevada e também à procura de diversidade e profundidade informativas. Uma das mães, com quase 50 anos, já usa internet há mais de 15 anos, por questões de trabalho, e isso acabou por propiciar o consumo informativo. Apesar de a mãe oscilar em termos informativos entre a internet e a televisão, a filha prefere a internet, embora referencie também outros media para informação.

Na internet parece-me ser a informação que é a informação mais correcta e completa. (Daniela, 18 anos)

A televisão e a internet. Não pego no jornal. Não me motiva e não tenho tempo para ele. Para além disso no local de trabalho não fica bem. (Goreti, 49 anos)

Uma das mães, com grau de mestre, consumidora de notícias, também usa a internet (sobretudo para ter notícias da Guiné). É de notar, ainda assim, que apesar de utilizar a internet com alguma assiduidade e de não ter dificuldades, o filho também a ajuda na internet.

Durante os meus tempos de actividade (como psicóloga), nos anos em que estive tinha mesmo que... sei lá... fazer os meus trabalhos e isso. Usava muito, porque precisava dele mesmo. É que



nem vídeos. Na minha casa tenho que pedir sempre ao meu filho: “vai-me ligar, “oh mãe, mas”, “vai-me ligar” (risos). Não tenho mesmo. Há pessoas que têm gosto em lidar com aquilo. O meu marido tem, o meu filho tem. Eles estão sempre em cima, eu não. (Eurisa, 46 anos)

Numa das famílias de incluídos digitais, há vários anos que a internet tem um papel central nas suas vidas, quer nos acessos quer nos usos. O acesso à internet pode ser feito em todas as divisões da casa, e a jovem de 15 anos reporta que a usa mesmo fora de casa constantemente, realçando a vantagem da mobilidade. Mãe e filha usam a internet diariamente, no caso da mãe com uma componente importante de pesquisa de notícias, sendo que a Internet é o único meio através do qual a filha se informa.

Temos três, o de mesa que ta no meu quarto e depois tem os portáteis, e em tudo. E está no meu quarto do meu pai e da minha mãe. (Ana, 15 anos)

Uma boa parte dos jovens entrevistados que usa a internet para informação encontra essa semelhança nos familiares (inclusive, no uso de jornais *online*). Se pensarmos que o grupo dos mais velhos é menos consumidor de internet do que os mais novos, podemos encontrar aqui alguma influência familiar entre os utilizadores mais assíduos.

Importa também sublinhar que a internet é mais facilmente identificada como um espaço de risco do que como um espaço de empoderamento quando não há acesso em casa e, desta forma, a utilização da internet para fins noticiosos também fica comprometida. Notou-se, neste particular, uma preponderância do ambiente de contexto em relação à vontade individual de acesso mais frequente à internet.

Quando olhamos para o tipo de consumos noticiosos que tem especificamente a população imigrante (de primeira e de segunda geração), constatamos que a televisão e a internet são igualmente os meios preponderantes para conseguir notícias dos seus países de origem, encontrando-se dissemelhanças entre filhos e pais no que respeita a meios usados.

É pela internet sem dúvida. É acessar a qualquer página de um jornal lá e ver, ver as notícias, o que se passa. (José, 16 anos)

Eu, é pela televisão. (Jacilene, 39 anos)

Também entre este grupo, o capital económico, social, cultural e simbólico diferencia os tipos de consumo noticioso, sendo as famílias com maior capital que referenciam a internet ou mesmo canais televisivos internacionais como o Euronews, a TV5 Monde e a BBC, isto para além da informação mais específica da Globo, da Record e da RTP África.

Anotamos ainda o facto de alguns entrevistados preferirem os pais e outros adultos das suas esferas como fontes de informação. Estas respostas estão também associadas com o facto de estas notícias serem importantes como espaços de afectividade familiar e social. A informação noticiosa depende assim das redes de sociabilidade.

- *Quando quer estar informada sobre o que se passa no mundo, o que você faz, qual o meio que você procura?* - Eu procuro principalmente os meus pais. Principalmente, mesmo, o meu pai porque ele está sempre na internet, ele é que é mais ligado nessas coisas. (Fernanda, 15 anos)

## **Conclusão**

A análise das entrevistas a estas famílias e jovens permite, assim, confirmar a utilização maioritária da internet pelos jovens para fins de contacto, sobretudo entre os que possuem menor capital económico e social, que fazem um uso menos diversificado da internet. Os usos de informação, por seu lado, denunciam as desigualdades no aproveitamento do potencial dos media digitais para a inclusão.

Na verdade, a questão não tem que ver apenas com o acesso a um computador e internet, algo que a maioria das famílias participantes tinha. Apesar de possuírem computador e ligação à internet, nem todas as famílias tiram todas as oportunidades desse acesso e não o actualizam em usos de acordo com os seus interesses, objectivos e prioridades. Essa diferença estabelece-se frequentemente em função do capital educacional, e social e económico associado, dos familiares mais velhos. Assim, se os usos de contacto, preferidos por jovens e também por algumas famílias imigrantes, denunciam diferentes apropriações em função da geração ou do capital económico, os usos de informação tendem a espelhar e reproduzir as diferenças no capital cultural e social.

Nos usos de entretenimento, por outro lado, pensamos ver a potencialidade de serem os mais novos os agentes para a inclusão dos adultos mais velhos que se encontram em tentativas de utilização ou em utilizações mais simples. Se jovens com capital social e cultural mais baixo exploram sobretudo os usos de contacto e entretenimento, mesmo que os passem aos seus pais, a sua utilização e a integração que promovem pode ainda assim ser limitada. Isto revela a necessidade de investir na educação e literacia digital de crianças e jovens, que compreenda o potencial dos vários tipos de usos, de forma a que possam passar o seu melhor conhecimento às outras gerações da família, embora um programa de educação digital para adultos não possa depender meramente desta linha de acção fortuita. Com efeito, é necessário capacitar também adultos, sobretudo as mães com menores qualificações.

Por outro lado, se o local de uso e a qualidade de acesso condicionam os tipos de utilização, será necessário prestar especial atenção aos casos, como o da única jovem que não tem internet por impossibilidades financeiras e resistências culturais da mãe, em que o acesso se faz em locais públicos. As bibliotecas públicas e escolares, bem como outros espaços de acesso público, devem facilitar o acesso aos que o não têm, mas também programas de iniciação e consolidação de aprendizagens, tendo em conta públicos específicos (como os imigrantes, os idosos, pessoas portadoras de deficiência ou populações como

os desempregados) e necessidades específicas. Mais ainda, as campanhas de sensibilização pública para a comunidade em que se inserem podem ser de extrema utilidade para chegar àqueles que se encontram excluídos dos media digitais. Por outras palavras, é preciso reconhecer estágios diferentes de inclusão nos media digitais, bem como as diferentes utilizações, para oferecer formas de mostrar a relevância de uma utilização mais completa dos media digitais. Como apontavam Livingstone e Helsper (2007), a imagem de insegurança da internet para os adolescentes, como a percepção da falta de relevância ou de tempo, são obstáculos ao acesso e uso compreensivo da internet por crianças e adultos, que precisam de ser dirigidos nas políticas públicas.

A acreditar que os media digitais contribuem para a integração, também podem criar ou acentuar exclusões. Se a análise dos usos de comunicação, entretenimento e informação na relação entre as famílias permitiu ilustrar os modos em que esses usos potenciam ou comprometem uma verdadeira integração digital, a pesquisa necessita de olhar mais profundamente para as populações excluídas ou apenas liminarmente incluídas de forma a compreender resistências, obstáculos e facilitadores para a sua inclusão, procurando orientar políticas e motivar o investimento na literacia para capacitar os jovens e futuras gerações.

## Referências

Almeida, A. N. (Coord.) (2008). *Crianças e Internet: Usos e Representações, a Família e a Escola - Relatório do Inquérito*. Lisboa, Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa.

Beckett, Charlie (2008). *SuperMedia: Saving Journalism so it can Save the World*. West Sussex, Blackwell Publishing.

Bennett, W. Lance (2007). Civic Learning in Changing Democracies: Challenges for Citizenship and Civic Education. *Young Citizens and New media: Learning for Democratic Participation*. Peter Dahlgren. New York, Milton Park, Routledge.

Bourdieu, P. (1987). *Los tres estados del capital cultural* (trad. De Mónica. Landesmann). *Sociológica*, 5, 11-17.

boyd, D. (2010). Friendship. in Ito, M. Hanging out, messing around, and geeking out : kids living and learning with new media. The John D. and Catherine T. MacArthur Foundation Series in Digital Media and Learning. MIT Press.

Eurobarómetro 248 (2008). Towards a safer use of the Internet for children in the EU – a parents' perspective.

Buckingham, D., R. Willet, Eds. (2006). Digital Generations - Children, Young People, and New Media. Mahwah, New Jersey & London, Lawrence Erlbaum Associates.

Buckingham, D., Ed. (2007). Youth, Identity, and Digital Media. John D. and Catherine T. MacArthur Foundation Series on Digital Media and Learning.

Calavita, Marco (2003). "Within the Context of Many Contexts: Family, News *media* Engagement, and the Ecology of Individual Political Development Among Generation Xers." *The Communication Review* 6: 1: 23-43.

Campbell, S. W. (2007). Perceptions of Mobile Phone Use in Public Settings: A Cross-Cultural Comparison. *International Journal of Communication*, n.1.

Cardoso, G., Espanha, R. (s/d). A Internet em Portugal (2003-2007). Obercom/CIES, Lisboa. <http://www.unic.pt/images/stories/publicacoes2/Sociedade%20em%20Rede.pdf>.

Cardoso, G., Espanha, R., *et al.* (2009). E-Generation 2008: Os Usos de Media pelas Crianças e Jovens em Portugal. Lisboa, Obercom.

Caron, A. H. and Caronia, L. (2007). *Moving Cultures: Mobile Communication in Everyday Life*. Montréal, McGill-Queen's University Press.

Couldry, N., Livingstone, S. e Markham, T. (2007). *Media Consumption and Public Engagement: beyond the presumption of attention*. Basingstoke, Palgrave Macmillan.

Couldry, N. e Markham, T. (2006). "Public Connection through Media Consumption: Between Oversocialization and De-Socialization?" *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science* 608(1): 251-269.

Drotner, K. (2007), "Leisure is hard work: digital practices and future competences", in Youth, identity, and digital media, D. Buckingham, Ed.. Cambridge, MA : Heinemann, pp. 187-211.

Drotner, K. (2000). "«Difference and diversity: trends in young Danes' media uses»." *Media, Culture & Society* 22(2): 149-166.

Drotner, K. (1992). Modernity and media panics. *Media Cultures: Reappraising transnational media*. M. Schroder et al., Eds.. London, Routledge: 42-62.

European Social Survey (2010). ESS Round 4 – 2008. <http://ess.nsd.uib.no/ess/round4/>.

Geser, H. (2004). Towards a Sociology of the Mobile Phone. In: *Sociology in Switzerland: Sociology of the Mobile Phone*. Online Publications. Zuerich, May 2004 (Release 3.0). [http://socio.ch/mobile/t\\_geser1.pdf](http://socio.ch/mobile/t_geser1.pdf).

Grabe, M. E., Kamhawi, R., et al. (2009). Informing Citizens: How People with Different Levels of Education Process Television, Newspaper, and Web News. *Journal of Broadcasting & Electronic media*, Broadcast Education Association. 53: 90-111.

Haddon, L. and Green, N. (2009). *Mobile Communications: an Introduction to New Media*. New York, Berg.

Hallin, D. C., P. Mancini (2004). *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*. Cambridge, Cambridge University Press.

Hasebrink, U. et al. (2007). Comparing Children's Online activities and Risks across Europe. Relatório preliminar do projecto Eu Kids Online.

Horst, H. (2010) Families. in Ito, M. *Hanging out, messing around, and geeking out : kids living and learning with new media*. The John D. and Catherine T. MacArthur Foundation Series in Digital Media and Learning. MIT Press.

Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New media Collide*. New York and London, New York University Press.

Jenkins, H. (1992). *Textual Poachers: television fans and participatory culture*. London, Routledge.

Jouët, J. and Pasquier, D. (1999). Youth and screen culture. *Réseaux*, 7 (1): 31-58.

Ling, R. (2004). *The Mobile Connection: The Cell Phone's Impact on Society* (The Morgan Kaufmann Series in Interactive Technologies). Morgan Kaufmann Publishers.

Livingstone, S., Haddon, L., Görzig, A., Ólafsson, K., with members of the EU Kids Online network (2010). *Risks and safety on the internet: The perspective of European children: Initial findings from the EU Kids Online survey of 9-16 year olds and their parents*.

[http://www2.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/EUKidsII%20\(2009-11\)/EUKidsOnlineIIRports/Initial\\_findings\\_report.pdf](http://www2.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/EUKidsII%20(2009-11)/EUKidsOnlineIIRports/Initial_findings_report.pdf).

Livingstone, S. (2009). *Children and the Internet: Great expectations, challenging realities*. Cambridge, Polity Press.

Livingstone, S. e Helsper, E. (2007). "Gradations in digital inclusion: children, young people and the digital divide". *New Media & Society*, 9 (4). pp. 671-696.

Livingstone, S. (2002). *Young People and New Media: Childhood and the Changing Media Environment*. London, Sage.

Livingstone, S., M. Bovill, Eds. (2001). *Children and Their Changing Media Environment: a European Comparative Study*. London, Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.

Maffesoli, M. (1996). *The time of the tribes: the decline of individualism in mass society*. London; Thousand Oaks, Calif, Sage.

Magalhães, P. e Moral, J. S. (2008). *Os Jovens e a Política*. Lisboa, Centro de Sondagens e Estudos de Opinião da Universidade Católica Portuguesa.

OberCom/CIES ResearchTeam@LINI (2010). *World Internet Project. Portugal in the Network Society 2010*. OberCom/CIES, Lisboa.

Peter, J. e Valkenburg, P. M. (2006). "Adolescents' internet use: Testing the 'disappearing digital divide' versus the 'emerging digital differentiation' approach". *Poetics*, 34, pp. 293-305.

Postman, N. (2006 [1985]). *Amusing Ourselves to Death*. USA, Penguin Putnam Inc.

Rebelo, José (coord.) (2008). *Os Públicos dos Meios de Comunicação Social Portugueses: Estudo de Recepção dos Meios de Comunicação Social*. Lisboa, Entidade Reguladora para a Comunicação Social.

Rojas, Viviana, Straubhaar, Joseph *et al.* (em edição). "Communities, cultural capital and digital inclusion", in *Ten years of tracking techno-dispositions*.

UMIC (2009). A Sociedade da Informação em Portugal 2008.

[http://www.unic.pt/images/stories/osic/SIP\\_2008\\_apresentacao\\_sintese.pdf](http://www.unic.pt/images/stories/osic/SIP_2008_apresentacao_sintese.pdf).

UMIC (2010). A Sociedade da Informação em Portugal 2009.

[http://www.unic.pt/images/stories/osic/SI\\_2009/SIP\\_2009\\_apresentacao\\_sintese\\_final.pdf](http://www.unic.pt/images/stories/osic/SI_2009/SIP_2009_apresentacao_sintese_final.pdf).