

PAULA LOPES; CÉLIA QUINTAS; INÊS AMARAL & BRUNO REIS

paulalopes@netcabo.pt; quintascelia@yahoo.com;
inesamaral@gmail.com; reysbr@gmail.com

UNIVERSIDADE AUTÓNOMA DE LISBOA

JOVENS, NOVOS MEDIA E TECNOLOGIA: RESULTADOS DO ESTUDO “DIREITOS DIGITAIS: UMA *PASSWORD* PARA O FUTURO”

RESUMO

Nas sociedades globais, a tecnologia assume um lugar central nas dinâmicas sociais, influenciando profundamente a vida quotidiana e gerando condições para que os indivíduos se tornem mais participativos e mais “cidadãos digitais” (Mossberger *et al.*, 2008). O conceito de literacia digital é, neste caso, de uma centralidade evidente.

Neste texto, revelam-se os resultados globais do projeto de investigação “Direitos digitais: uma *password* para o futuro”, desenvolvido por um grupo de investigadores da UAL - Universidade Autónoma de Lisboa, em parceria com a DECO – Associação Portuguesa para a Defesa do Consumidor. Os objetivos do estudo passaram por identificar conjuntos de práticas e de consumos mediáticos e digitais, perceber atitudes face aos novos *media* e identificar situações de risco e vulnerabilidades no mundo digital.

Para a sua realização adotou-se uma estratégia metodológica de tipo quantitativo-extensivo, com recurso ao inquérito por questionário, aplicado a uma amostra de cerca de 1.800 alunos a frequentar o Ensino Básico (3.º ciclo), Secundário e Profissional, em estabelecimentos de ensino nas 18 capitais de distrito de Portugal Continental. A recolha de informação decorreu entre março de 2014 e janeiro de 2015.

Para o tratamento de dados procedeu-se à análise estatística descritiva, identificando tendências globais no que respeita a práticas e a consumos digitais, bem como a evolução destas tendências quando cruzadas com indicadores sociográficos (como o sexo, a idade, a escolaridade ou o distrito de residência), revelando-se simetrias e assimetrias. Que oportunidades, riscos e problemas emergem a partir de novas práticas no mundo digital?

PALAVRAS-CHAVE

Literacia digital, novos *media*, práticas mediáticas, riscos, vulnerabilidades

¹Práticas, consumos, riscos e vulnerabilidades no mundo digital foram os vetores estruturantes do projeto de investigação “Direitos digitais: uma *password* para o futuro”, uma parceria entre a Universidade Autónoma de Lisboa (UAL) e a Associação Portuguesa para a Defesa do Consumidor (DECO), com financiamento do Fundo para a Promoção dos Direitos do Consumidor.

A oportunidade de se inquirirem jovens que se encontravam, em 2014 e 2015, a frequentar estabelecimentos de ensino em todos os distritos de Portugal Continental surgiu a convite da DECO, como parte integrante de um evento de grande dimensão: a realização de 18 conferências sobre literacia e direitos digitais, nas 18 capitais de distrito do Continente, as “NetTalks”.

Informar os mais jovens sobre os seus direitos e deveres digitais, promover o debate acerca de questões relacionadas com consumos mediáticos na era digital, sensibilizar e chamar a atenção para a necessidade de desenvolver competências de literacia mediática e digital – e para a ligação com os riscos e as vulnerabilidades que, potencialmente, a falta destas competências acarreta – foram alguns dos objetivos do ciclo de conferências promovido pela DECO.

Quanto ao projeto de investigação científica, os seus objetivos passaram por identificar conjuntos de práticas e de consumos mediáticos e digitais, perceber atitudes face aos novos *media* e identificar (e tentar explicar) situações de risco e vulnerabilidades no mundo digital. No final, pretendia-se traçar um retrato dos jovens portugueses a partir da caracterização não só dos usos, mas dos contextos, tendo em conta características sociográficas do inquirido e do seu núcleo familiar de origem (pai e mãe).

A operacionalização da pesquisa teve por base uma estratégia metodológica quantitativa-extensiva. O inquérito por questionário constituiu a ferramenta de recolha de informação, tendo sido aplicado em ambiente controlado (sala da conferência), por elementos da organização da DECO, no decorrer da sessão.

Um conjunto de 27 questões foi agrupado em três blocos: caracterização do inquirido e do seu núcleo familiar, caracterização de práticas e consumos mediáticos e digitais, identificação de riscos e vulnerabilidades no mundo digital. Para a sua construção foram tomadas em conta fontes como o inquérito europeu *EU Kids Online* (Livingstone *et al.*, 2011; Livingstone, Kirwil, Ponte & Staksrud, 2013; Barbosa, O’Neill, Ponte, Simões

¹ Este texto é uma versão revista e integrada de dois artigos desenvolvidos para o European Journalism Observatory – Portugal, em fevereiro e março de 2015.

& Jereissati, 2013; Ólafsson, Livingstone & Haddon, 2014; Livingstone *et al.*, 2014), alguns estudos do britânico Office of Communications (Ofcom, 2011a, 2011b, 2012, 2013) e do português Observatório da Comunicação (Obercom, 2009, 2010a, 2010b, 2012a, 2012b, 2014), a pesquisa da ONG brasileira Safernet e alguns trabalhos académicos de investigadores portugueses, como *Literacia mediática e cidadania: práticas e competências de adultos em formação na Grande Lisboa* (Lopes, 2014).

A recolha de informação decorreu entre março de 2014 e janeiro de 2015.

A AMOSTRA

A amostra é constituída por 1814 indivíduos que se encontravam a frequentar algum nível de ensino (Básico – 3.º ciclo, Secundário ou Profissional), nos anos letivos 2013-2014 ou 2014-2015, numa das 18 capitais de distrito de Portugal Continental. Dos inquiridos, 14,3% encontravam-se a frequentar o ensino básico, 43,8% o ensino secundário e 41,9% o ensino profissional.

A média de idades é de 16 anos e cerca de 90% são menores de idade – têm menos de 18 anos. Há uma ligeira dominância masculina: 52,2% dos inquiridos são rapazes, particularmente no Ensino Profissional (59,5%).

Coimbra, Viseu e Lisboa são os distritos mais representados neste estudo.

Quanto ao perfil de formação escolar do núcleo familiar de origem, sublinhe-se que, muito embora a percentagem de analfabetos seja residual (0,7%), ainda há 12,9% de pais e 8,3% de mães que concluíram os seus estudos apenas até ao 4º ano (Básico – 1º Ciclo).

Nesta amostra, a maior percentagem regista-se no “Ensino Secundário”, tanto para os pais como para as mães. Há mais mulheres do que homens com curso médio ou superior (26,5% para 20,8%), particularmente familiares de alunos a frequentarem os ensino Básico e Secundário. Quase 25% dos pais e das mães de alunos que frequentam o Ensino Profissional têm estudos ao nível do Ensino Básico – 3.º Ciclo (7º ao 9º ano).

PRÁTICAS E CONSUMOS MEDIÁTICOS E DIGITAIS

Quase 90% dos jovens inquiridos dizem navegar na Internet todos os dias e a média de utilização aponta para os 253 minutos/dia. Em detalhe,

cerca de 40% dos alunos afirmam navegar até 2 horas por dia, mas há quase 10% que assumem navegar diariamente mais de 8 horas: nesta situação, há mais rapazes e mais alunos do Ensino Profissional; nesta situação, estão cerca de 22% dos alunos inquiridos no distrito de Santarém e de Faro.

O dado pode sugerir dependência ou tendência para uma utilização abusiva da Internet. Na verdade, já os estudos “24 hours without *media*” e “The world unplugged” (Moeller, Powers & Roberts, 2012) – também com amostras compostas por alunos (ainda que universitários) – haviam sugerido alguma incapacidade de se viver sem os *media*, nem que fosse por... 24 horas.

Cerca de 92% destes alunos afirmam fazer o acesso à Internet com um computador portátil: em rigor, sublinhe-se que outros projetos de investigação, como o *EU Kids Online*, já haviam afirmado os jovens portugueses como líderes europeus no acesso à Internet com portáteis.

Ainda no acesso à Internet, o segundo equipamento mais vezes utilizado é o telemóvel (por cerca de 80% dos inquiridos) e, em terceiro lugar, o *tablet* (reunindo 38% das preferências). Um dado interessante: o *tablet* é um equipamento mais utilizado por alunos mais novos, a frequentarem o Ensino Básico. Um sinal dos tempos, geracional, uma progressiva substituição do *laptop* pelo *tablet*?

As atividades preferidas destes jovens são ouvir música *online* (59,7% da amostra), ver filmes/séries/vídeos *online* (56%) e participar em redes sociais (51,6%) – todas atividades na área do entretenimento. No extremo oposto, nas menos preferidas, todas as atividades que requerem alguma proactividade na produção e gestão de conteúdos: manter uma página *online* (reunindo apenas 2,6% das preferências), manter um blogue (3,9%), fazer *upload* de vídeos (4,7%), editar conteúdos multimédia (5,2%), partilhar com *hashtags* (6%) ou fazer *upload* de música na Internet (6,4%).

É realmente surpreendente o que estes inquiridos dizem nunca fazer, como manter um blogue (64,7%), manter uma página *Web* (60,7%), editar conteúdos multimédia (42,2%) ou partilhar/publicar conteúdos com *hashtags* (35,7%).

Os números levantam uma série de questões relacionadas com a tão proclamada – e retórica – proactividade dos denominados “nativos digitais” (Prensky, 2001), subjacente ao paradigma digital. Se é certo que o acesso à tecnologia é uma espécie de grau zero para se ser utilizador, também o é que a posse de equipamentos tecnológicos não deriva necessariamente na posse de competências de literacia mediática e digital, nomeadamente em questões de produção e gestão de conteúdos. Vários estudos têm chamado

a atenção para este facto: na verdade, apenas uma minoria de indivíduos gera e gere os seus próprios conteúdos digitais, muitos mais são os que apenas partilham conteúdos de que gostam.

Numa frequência diária, estes jovens participam em redes sociais (64,3%) – sendo que a rede social de eleição é o Facebook (reúne 85,6% das preferências dos alunos com conta em redes sociais), seguido, a longa distância, pelo Twitter (30,7%) e pelo Instagram (25,6%) – ouvem música *online* (60,5%) e jogam *online* (30,4%).

Há mais raparigas e mais inquiridos a frequentarem o Ensino Secundário a participarem diariamente nas redes sociais. No distrito de Beja, 78,8% dos alunos estão nas redes sociais todos os dias.

Em todos os distritos de Portugal Continental, as frequências de utilização diária de Internet situam-se acima dos 70%. Há mesmo 11 distritos no país com valores percentuais de acesso acima dos 90%.

Procurar notícias *online* todos os dias é uma prática ainda minoritária: diariamente, 23% dos inquiridos afirmam fazê-lo. No entanto, se acrescentarmos a este valor a procura de notícias *online* pelo menos uma vez por semana, a percentagem sobe para os 51,9%. Como seria expectável, tendencialmente a procura de notícias aumenta à medida que aumenta a escolaridade. São muitos mais os inquiridos do sexo masculino a procurar diariamente este tipo de informação (71,5% de rapazes para 28,5% de raparigas). Os distritos de Leiria e Portalegre lideram na procura diária de informação de atualidade.

A “procura de informação em *sites* diferentes” e a “comparação de informação em *sites* diferentes” são práticas pouco expressivas nesta amostra: só 14,3% dos alunos afirmam procurar, todos os dias, informação em sítios diferentes e apenas 9,1% assumem que a comparam. Também estas são práticas mais identificadas por rapazes e atividades que, tendencialmente, aumentam à medida que o nível de escolaridade aumenta. Santa-rém é o distrito onde estas duas práticas são mais vezes (auto)declaradas.

A procura de informação é feita, essencialmente, no Google. Quase metade destes jovens indica o mais famoso (e mais visitado) motor de busca do mundo como “o *site* em que procura informação”: é caso para dizer “in Google we trust!” [numa clara alusão ao estudo homónimo realizado nos Estados Unidos (Pan *et al.*, 2007)].

Em segundo lugar, vem a Wikipédia (reunindo 21,6% das preferências) e, em terceiro, as redes sociais (3,4%).

Registe-se que os *sites* generalistas de notícias foram identificados por apenas 2,1% da população inquirida neste estudo.

○ CASO PARTICULAR DAS REDES SOCIAIS

Como já sabemos, a maioria destes jovens (64,3%) participa nas redes sociais todos os dias, ou melhor, navega no Facebook. De facto, a rede social mais popular do Mundo, criada por Mark Zuckerberg nos primeiros anos do século XXI, é a rede social mais vezes identificada pelos inquiridos: 85,6% dos alunos com conta numa rede social têm conta no Facebook – aliás, tal como a maioria dos portugueses com conta numa rede social, um facto já sublinhado, pelo Observatório da Comunicação, em *A Internet em Portugal* (Obercom, 2014).

A maioria (69,3%) diz ter apenas um perfil ativo e ter menos de 1.000 amigos ou seguidores (70,6%). E muito embora 40,2% afirmem o seu perfil como “privado” (só partilhado com amigos), ainda há 25% de inquiridos que assumem o seu perfil como “público” e 29,9% como “parcialmente privado”. O problema dos riscos e vulnerabilidades pode, de facto, começar aqui.

Que informações disponibilizam estes jovens nas redes sociais?

Muitas – demasiadas – e diversificadas: fotografias de si próprios (81,3%), o nome verdadeiro (76%), o apelido (61,5%), as suas preferências (56,3%), fotografias de amigos (55,9%), a idade verdadeira (52,3%), o nome da escola (51,6%). Há, até, um pequeno grupo de jovens que revela... o número de telemóvel (6%) e a morada de casa (5,4%).

Estes dados parecem refletir um problema de base no mundo digital: a falta de educação para os novos *media*. Em rigor, a revolução digital ocorreu, na maior parte dos países, suportada na posse de equipamentos tecnológicos (no acesso, o ponto zero da utilização) e muito pouco na posse de competências-chave de literacia mediática e digital – e na promoção de programas de educação para os *media* que as visem e promovam. Portugal não foi exceção (recorde-se os programas “e-escolas”, “e-escolinhas” e o computador Magalhães).

Estes dados parecem refletir também alguma desresponsabilização parental: porque os familiares não sabem como fazer (não têm conhecimentos ou competências) ou não têm noção dos riscos que estes alunos correm com a disponibilização *online* de tanta informação sobre si próprios, as suas famílias, as suas rotinas, enfim, as suas vidas.

Num retrato mais fino, sublinhe-se que quase 30% dos alunos que frequentam o Ensino Básico dizem a idade verdadeira, que quase 30% dos alunos até aos 14 anos o fazem, percentagem que sobe para os 55% nos 15-18 anos.

Mais de 10% dos alunos de Viseu, Beja e Santarém assumem que revelam a morada de casa.

RISCOS E VULNERABILIDADES NO MUNDO DIGITAL

O *ciberbullying* – humilhações, ameaças, chantagem e/ou difamação, através de sms, comentários, fotografias, vídeos, etc – é a prática (violenta) mais vezes identificada por estes alunos: 47,6% dos inquiridos afirmam conhecer casos de *ciberbullying*.

A percentagem desce quando questionados acerca do conhecimento de “roubo de perfis nas redes sociais” (44,5%), de “encontros pessoais com alguém que conheceram na Internet” (44,4%), de “roubo de dados nas redes sociais” (38,9%), de “envio de imagens ou conteúdos eróticos ou pornográficos” (38,4%), de “envio de imagens ou conteúdos violentos” (25,6%) ou de “chantagem com amigos nas redes sociais” (22,9%).

Neste estudo, encontraram-se diferenças contrastantes entre o que estes jovens dizem conhecer e as situações em que, de facto, se constituíram como vítimas: por vergonha ou por pudor, por medo de serem identificados ou novamente perseguidos, os alunos que se assumem vítimas de *ciberbullying* somam 14,7% da amostra – um dado ligeiramente superior ao revelado, em 2014, pelo *EU Kids Online – Portugal*: 12% (Livingstone *et al.*, 2014).

O encontro pessoal com desconhecidos (27,6%), a exposição, sem querer, a conteúdos eróticos ou pornográficos (27%), o convite para conversar em privado nas redes sociais ou num *chat* (26,9%) e a exposição, sem querer, a conteúdos violentos (23,8%) são as situações de risco mais vezes identificadas por esta amostra.

Há mais raparigas e mais alunos dos ensinos Secundário e Profissional a conhecerem casos de *ciberbullying*. Mais de 32% dos alunos até aos 14 anos dizem conhecer alguém que já passou por esta prática violenta, percentagem que sobe para os 49% na faixa etária 15-18 anos.

Quanto a vítimas, há registo de mais casos no género feminino e nos ensinos Secundário e Profissional. Os distritos onde se identificaram mais episódios de *ciberbullying* foram Lisboa, Coimbra, Viseu e Santarém (todos acima dos 20 casos). Cerca de 11% dos alunos até aos 14 anos assumiram que já foram vítimas, cerca de 15% dos inquiridos entre os 15-18 anos também o declararam, mas é na faixa etária 19-22 que se registam mais casos: 21% dos alunos confessaram que já viveram esta situação.

O número de alunos de distritos alentejanos que sabem do roubo de perfis nas redes sociais é particularmente expressivo: 63,6% dos alunos de

Évora declaram conhecer casos, assim como 63,5% dos inquiridos em Beja e 56,1% em Portalegre. São quase 46% os alunos entre os 15 e os 18 anos que conhecem vítimas desta prática, percentagem que desce para os quase 35% em inquiridos com idades até 14 anos.

Em número de casos, os encontros pessoais com desconhecidos ocorrem mais em Lisboa e Coimbra, registando-se mais casos com rapazes e nos ensinos Secundário e Profissional. No entanto, 12,4% dos alunos do Ensino Básico dizem que já correram esse risco, assim como 12,1% dos alunos até aos 14 anos e 28,8% dos estudantes entre os 15 e os 18 anos.

Quanto à exposição, não intencional, a conteúdos violentos e a conteúdos eróticos e/ou pornográficos nota-se uma ligeira dominância masculina, de alunos mais velhos e de inquiridos a frequentarem o Ensino Secundário.

Os distritos de Portugal Continental onde os alunos mais vezes declaram ter recebido conteúdos violentos são Évora, Leiria, Santarém e Portalegre.

Quando a conteúdos eróticos e/ou pornográficos, os distritos líderes são Leiria, Setúbal, Beja, Santarém e Portalegre.

As assimetrias regionais que (bem) caracterizam Portugal passam, ao que parece, também pelo mundo digital: não em relação à posse de equipamentos, não no acesso e nas frequências de navegação, mas sobretudo nos riscos e nas vulnerabilidades.

BIBLIOGRAFIA

- Barbosa, A., O'Neill, B., Ponte, C., Simões, J.A. & Jereissati, T. (2013). *Risks and safety on the Internet. Comparing Brazilian and European results*. Londres: LSE.
- Livingstone, S. et al. (2011). *Risks and safety on the Internet: The perspective of European children. Full findings and policy implications from the EU Kids Online survey of 9-16 year olds and their parents in 25 countries*. Londres: LSE.
- Livingstone, S., Kirwil, L., Ponte, C., & Staksrud, E. (2013). *In their own words: What bothers children online?* Londres: LSE.
- Livingstone, S. et al. (2014). *EU Kids Online: Findings, methods, recommendations*. Londres: LSE.
- Lopes, P. (2014). *Literacia mediática e cidadania: Práticas e competências de adultos em formação na Grande Lisboa* (Tese de doutoramento). Lisboa: Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa – Instituto Universitário de Lisboa (ISCTE-IUL).

- Moeller, S., Powers, E. & Roberts, J. (2012). "El mundo desconectado" e "24 horas sin medios": Alfabetización mediática para la consciencia crítica de los jóvenes. *Comunicar*, nº 39, vol. XX, 45-52.
- Mossberger, K. et al. (2008). *Digital Citizenship: The Internet, Society and Participation*. Cambridge/Londres: MIT Press.
- Obercom (2009). *E-Generation 2008: Os Usos de Media pelas Crianças e Jovens em Portugal*. Lisboa: Obercom.
- Obercom (2010a). *A Utilização da Internet em Portugal*. Lisboa: Obercom.
- Obercom (2010b). *Nativos Digitais Portugueses: Idade, Experiência e Esferas de Utilização das TIC*. Lisboa: Obercom.
- Obercom (2012a). *A Sociedade em Rede 2012: A Internet em Portugal 2012*. Lisboa: Obercom.
- Obercom (2012b). *A Sociedade em Rede 2012: A Apropriação dos Telemóveis em Portugal*. Lisboa: Obercom.
- Obercom (2014). *A Internet em Portugal: A Sociedade em Rede 2014*. Lisboa: Obercom.
- Ofcom – Office of Communications (2011a). *UK Children's Media Literacy*. Londres: Ofcom.
- Ofcom – Office of Communications (2011b). *Children Media Literacy in the Nations*. Londres: Ofcom.
- Ofcom – Office of Communications (2012). *Ofcom Children and Parents Media Literacy Audit 2011*. Londres: Ofcom.
- Ofcom – Office of Communications (2013). *Children and Parents: Media Use and Attitudes*. Londres: Ofcom.
- Ólafsson, K., Livingstone, S. & Haddon, L. (2014). *Children's use of online technologies in Europe. A review of the European evidence base*. Londres: LSE.
- Pan, B. et al. (2007). In Google we trust: User's decisions on rank, position and relevance. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12, 801-823.
- Ponte, C., Simões, J.A., Jorge, A. & Cardoso, D. (2012). *Crianças e Internet em Portugal*. Coimbra: Minerva.
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants. *On the Horizon*, 9 (5), 1-6.