



As Redes Sociais no “mundo dos jovens” de 2º e 3º Ciclos do Ensino Básico¹

Valentina Valente²

Manuel Pinto³

Sara Pereira⁴

Resumo: A escola debate-se hoje com um problema central: tem como objetivo formar cidadãos literatos, ativos e responsáveis mas enfrenta a concorrência dos meios de comunicação, que são uma escola paralela a que os alunos dedicam mais tempo do que à escola e à família. A concorrência é feita por todos os media, sem exceção, quer se trate dos tradicionais ou dos digitais. A questão já não está só no tempo que os alunos dedicam aos media, mas também nos efeitos que a utilização desses media, sobretudo dos novos, têm ao nível da aprendizagem. Com o desenvolvimento da Web 2.0, o paradigma comunicacional mediático alterou-se. Hoje, a comunicação é feita de muitos para muitos, pelo que já não importa apenas preparar os futuros cidadãos para serem consumidores críticos de mensagens media, mas também produtores reflexivos. O nosso trabalho, em curso, visa compreender de que forma os jovens de 2º e 3º Ciclos do ensino básico, utilizam as redes sociais, percebem os seus desempenhos e se relacionam com os seus pares e com outros grupos.

Palavras-chave: Redes sociais, meios de comunicação, literacia mediática, jovens de 2º e 3º ciclos.

Abstract: School is facing today a central problem: it aims to educate literary citizens, active and responsible but, it competes with media, a parallel school to which students devote more time than to the traditional one and to their family. The competition is held by all media with no exception (traditional and the so-called new or digital). The question is no longer on the time students devote to the media, but also in the effects that its use, specially the new ones, have at the learning level. With the development of the Web 2.0, the paradigm of media communication has changed. Today, the communication is made from many to many, so it is no longer important just to train the future citizens to be critical consumers of media messages, but also reflexive producers. Our work in progress aims to understand how the youngsters of 2nd and 3rd cycles of basic education use the social networks, perceive their performance in the social networks and relate to their peers and other groups in the social networks.

Key words: Social networks, media, media literacy, youngsters of 2nd and 3rd cycles.

Introdução

Até ao aparecimento da Web 2.0 a grande preocupação dos investigadores relacionava-se com o tempo de consumo e com os eventuais efeitos (positivos e negativos) das mensagens *media* nos cidadãos. Muitos procuraram encontrar formas de

¹ Trabalho apresentado no GT – Educação para os Media do VII Congresso SOPCOM, realizado de 15 a 17 de Dezembro de 2011.

² Valentina Valente – Doutoranda em Ciências da Comunicação – E-mail: valentinampv@gmail.com. Universidade do Minho, Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade.

³ Prof. Dr. Manuel Pinto – Universidade do Minho, Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade.

⁴ Prof. Dra. Sara Pereira – Universidade do Minho, Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade.

evitar ou controlar esses efeitos, primeiro numa lógica de vacinação (alertar para o não consumo), depois numa lógica de proibição e, mais recentemente, pela lógica da preparação para o consumo, que é bem definido pelo termo inglês “empowerment” (Buckingham, 2003; Mastermann, 1980). A comunicação mediática era feita no sentido de um para muitos e o cidadão comum raramente tinha acesso a exprimir-se através dos *media*.

Com o desenvolvimento da Web 2.0, o paradigma comunicacional mediático alterou-se. Hoje, a comunicação é feita de muitos para muitos, pelo que já não importa apenas preparar os futuros cidadãos para serem consumidores críticos de mensagens *media*, mas também produtores reflexivos. Vivemos, assim, na era dos “prosumers” (Komoski, 2007), termo importado de Toffler, não na perspetiva económica mas ao nível da informação, uma vez que o cidadão comum é, ao mesmo tempo, consumidor e produtor de informação, em diferentes suportes, mas sobretudo no digital.

A questão deve ser hoje analisada a cinco níveis diferentes, tal como propõe Hobbs (2010), ou seja, o cidadão do século XXI deve desenvolver competências a cinco níveis: acesso aos *media* (em termos técnicos); análise e avaliação dos conteúdos das mensagens *media* (ex: credibilidade, comparação com outros *media*...); produção e difusão de mensagens *media* (tem em conta a quem se dirige e a produção é feita o mais próximo possível de um trabalho profissional); reflexão ética sobre o trabalho produzido; agir socialmente através das mensagens *media* que produz.

A aprendizagem concretiza-se em espaços formais (como a escola), mas também em espaços informais (caso das redes sociais). Mas enquanto a escola se centra mais no individual (ou tende a fazê-lo), nos espaços informais potencia-se verdadeiramente uma aprendizagem mais social e, ao mesmo tempo, mais relevante para o aprendente (Jenkins, 2009). Importa, por isso concretizar atividades, em termos formais e informais, que favoreçam a preparação dos cidadãos para agir no mundo mediático do século XXI, o que pode ser feito através da Educação para os *Media*.

Numa aceção geral, a Educação para os *Media* pode ser entendida como a capacidade de aceder aos *media*, de analisar criticamente o seu funcionamento em contexto e os seus conteúdos, de criar e produzir conteúdos de forma reflexiva e de os difundir (Comissão das Comunidades Europeias, 2009). Na expressão de Rivoltella (2010) é, “um saber fundamental” (p. 9). As capacidades associadas à Educação para os *Media* devem ser desenvolvidas desde o berço e ao longo da vida, pelo que a escola tem aqui um papel decisivo (Tyner, 2010), mas também o têm espaços de excelência em

termos de comunicação e aprendizagem, ainda que informal, como é o caso das redes sociais. Porém, se a comunicação e a aprendizagem no ambiente formal têm sido alvo de muitos estudos, o mesmo não acontece em relação à forma como são desenvolvidas no espaço online, designadamente nas redes sociais.

Parte 1. As redes sociais

As redes sociais são como que países virtuais compostos por cidadãos de muitos países físicos. Só o Facebook tinha cerca de 750 milhões de membros em meados de 2011. Entendido como um estado, seria o terceiro maior país do mundo, a seguir à China e à Índia. As definições sucedem-se na literatura. De entre elas, concordamos mais com a seguinte: “an online application that uses the World Wide Web as a platform and allows for participatory involvement, collaboration, and interactions among users. Web 2.0 is characterized by the creation and sharing of intellectual and social resources by end users” (Johnson, Smith, Levine, & Haywood, 2010).

Segundo Boyd & Ellison (2007) os serviços das redes sociais podem definir-se como serviços da *Web* que permitem a qualquer indivíduo construir o seu próprio perfil, público ou privado, num sistema limitado; articular uma lista de outros utilizadores com quem partilha uma ligação e ver/cruzar os seus contactos com outros dentro do sistema.

A mudança para que as redes sociais e o conjunto dos *media* contribuíssem poder-se-á designar, em termos mediáticos, por *media convergence* (Jenkins, 2006), que ocorre ao nível da inteligência dos consumidores individuais e através das suas interações sociais com os outros. Cada indivíduo constrói a sua própria mitologia através de fragmentos de informação extraídos do fluxo dos *media* que lhe permitem dar sentido ao seu dia-a-dia. Como a informação sobre cada tópico excede o que é possível armazenar, surge o incentivo acrescido de comunicar com o próximo sobre os *media* que consumimos.

O consumo tornou-se um processo colectivo, isto é, uma *collective intelligence*, termo utilizado por Pierre Lévy citado por (Jenkins, 2006). Ninguém sabe tudo mas, como cada um sabe alguma coisa, há vantagens em reunir recursos e conciliar capacidades. É a partir da *collective intelligence* (soma de toda a informação comportada individualmente pelos membros do grupo) que se chega ao conhecimento

partilhado (informação que se acredita ser verdade e é sustentada por todo o grupo). A informação é poder e os cidadãos estão a aprender a usar esse poder através das interacções diárias na cultura convergente. Por enquanto, esse poder ainda está a ser usado mais numa perspectiva recreativa mas, as nossas capacidades irão ser direccionadas para um objectivo mais abrangente.

Uma pesquisa efectuada pelo Cooperative Research Centre for Young People, Technology and Wellbeing aponta que o uso dos serviços das redes sociais pode favorecer o desenvolvimento da educação para os *media*. A criação e partilha de conteúdo em serviços como o *MySpace* influencia, tanto no desenvolvimento da literacia técnica dos jovens, porque eles aprendem a usar o código para criarem os seus perfis, como no conteúdo criativo e literacia visual, porque eles extraem e reutilizam os *media* em formas adequadas de comunicação e auto-expressão (Perkel, 2006). Dado que texto escrito, fotos, animação, som, música, clips de video são os principais componentes dos serviços das redes sociais, os jovens desenvolvem uma maior compreensão da produção, da natureza e do uso das várias formas de conteúdo, que de outra forma não existem nos curriculos escolares (Skaar, 2008).

Presentemente fala-se de redes em todas as esferas da sociedade: no território, nas empresas, no Estado, no mercado, na sociedade civil, nas universidades, na investigação, na prestação de serviços. Todas elas estão ligadas à rede e dependentes da tecnologia, tal como o cidadão comum.

Ao incluirmos cidadania e redes digitais num mesmo contexto, reconhece-se a importância das TIC (tecnologias da informação e da comunicação) para redefinir, a partir de uma perspectiva multidisciplinar, alguns conceitos básicos da filosofia política. Segundo Jollivet, citado por Bustamante (2010), a participação nas redes digitais é um exercício criativo de cidadania digital que pode acontecer também a nível dos outros media.

Na conferência internacional subordinada ao tema *Media Education in Europe*, organizado no âmbito do projeto da Comissão Europeia *Media-educ* e realizada em Maio de 2004, em Belfast, ficou claro que a Europa necessita de cidadãos que desenvolvam competências no sentido de se tornarem consumidores inteligentes e críticos, além de participantes ativos na produção de informação (Media-educ, 2004)

O reconhecimento da importância de formar os cidadãos a este nível data, porém, dos anos 60, por iniciativa da Unesco, que formalizou essa necessidade na Declaração de Grünwald (Unesco, 1982). Países como a Austrália, Nova Zelândia, Canadá ou

Suécia fizeram mais progressos que outros a este nível, mas a verdade é que, em 2007, a Unesco assinalou os 25 anos da Declaração de Grünwald, com a Agenda de Paris (Unesco, 2007), concluindo que, na larga maioria dos países ainda está quase tudo por fazer, sendo um das falhas a escassa investigação realizada no terreno.

A Comissão Europeia tem apoiado, desde 2004, um conjunto de atividades de investigadores da área, além de ter patrocinado a elaboração de um estudo sobre a situação atual da Literacia dos Media nos diferentes estados-membros (UAB, 2007). Mais recentemente patrocinou a realização de um congresso europeu de Educação para os *Media*, onde ficou claro que há muito por fazer, seja em termos de investigação, da definição de estratégias de intervenção no terreno e da integração da Educação para os *Media* nos currícula (EuroMeduc, 2009). Ainda em 2009, numa recomendação sobre literacia mediática no ambiente digital, onde refere que seja realizada mais investigação em relação à relação entre cidadania e participação no mundo mediático (Comissão Europeia, 2009).

Em Portugal, por iniciativa da Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC), o Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho, publicou, em Março último, o documento mais completo publicado no nosso país sobre o estado da arte da Educação para os *Media* (Pinto, Pereira, Pereira e Ferreira, 2011). O livro foi lançado no I Congresso Literacia, Media e Cidadania, na sequência do qual foi publicada a Declaração de Braga (Congresso Literacia, Media e Cidadania, 2011).

As questões levantadas nos documentos e no Congresso respiram muito o ar do que já referimos (Grünwald, Agenda de Paris, documentos oficiais da Comissão Europeia), do que aponta a investigação realizada (Tomé, 2008) e até da Declaração de Bruxelas (*Conseil Supérieur de l'Education aux Médias de la Communauté Française de Belgique*, 2010). Urge desenvolver mais investigação no terreno, avaliá-la e criar bases em que se possam fundamentar novos projetos.

É nesse sentido que decidimos avançar com o nosso projeto, tomando como centro os jovens. Sabemos hoje que, na Europa, 77 por cento dos jovens com idades entre 13 e 16 anos tem o seu perfil em redes sociais e usam-nas regularmente. E se é verdade que os menores de 13 anos não estão autorizados a ter o seu perfil em redes sociais, a investigação mostra que, em média, na Europa, 38 por cento dos jovens dos 9 aos 12 anos têm esse perfil, em muitos dos casos público e não apenas disponível para amigos. No caso português, as percentagens são de 78% (13-16 anos) e de 38% (9-12 anos), o que corresponde à média dos 25 países europeus estudados (Livingstone, Ölafsson,

Staksrud, 2011). O estudo em causa mostra também que os jovens, ao utilizarem as redes sociais, estão expostos, de forma desigual, a riscos, mas também desenvolvem competências importantes para a sua formação, formal e informal, enquanto cidadãos do século XXI. É precisamente essa questão que nos interessa particularmente no estudo que estamos a desenvolver, ou seja, a utilização e a perceção dos riscos e das vantagens decorrentes da utilização das redes sociais que têm alunos de 2º e 3º Ciclo e os seus professores, designadamente os que ministram a disciplina de Inglês.

Os dados apresentados pela OBERCOM (2009) sobre as utilizações da Internet em Portugal, mostram que o correio eletrónico é a aplicação mais recorrente da Web (89,4%) seguida de mensagens instantâneas, procura de notícias, navegar sem objetivos definidos, verificar factos, procurar informações sobre produtos, procurar definições, redes sociais, download/ouvir música e jogar jogos. As redes sociais surgem em oitavo lugar com uma percentagem de 52% no computo geral das utilizações da Internet. A rede Hi5 era a que apresentava maior percentagem de perfis criados (47,8%).

Segundo o referido estudo, a preferência dos utilizadores das redes sociais, manifestava-se consoante a sua faixa etária, ou seja, o Facebook era uma rede mais vocacionada para adultos e jovens adultos, o Hi5 apresentava uma incidência de adolescentes e população em idade universitária e, a rede social mais jovem era o MySpace com utilizadores com o máximo de 18 anos. Estes resultados dão ainda conta de outra rede de origem brasileira, a Orkut, mais utilizada pelo género feminino.

Livingstone (2011) reconhece não existir um modelo único que descreva as experiências dos jovens relativamente aos riscos e oportunidades online. Aponta algumas implicações práticas reveladas nos resultados empíricos da pesquisa, sendo os seus principais fatores, o contexto social e a idade. Os pais com nível académico superior, são mais confiantes no uso da Internet e utilizam estratégias de mediação mais ativas, enquanto que os outros pais, de nível académico inferior, se sentem mais inseguros e com menos disponibilidade para apoiarem os seus filhos.

A investigação indica quatro riscos principais online, são eles a visualização de imagens sexuais, as mensagens sexuais, o “bullying” e os encontros offline dos contactos online. As variáveis com maior probabilidade de risco são a idade, o género (rapazes), o nível académico dos pais, as características pessoais dos jovens (procura de sensações), o tempo despendido, a variedade de atividades e as competências online. Os jovens que sofrem mais restrições online, correm menos riscos, mas por outro lado,

reduzem drasticamente as suas oportunidades e apresentam um nível muito inferior de atividades e capacidades online.

Parte 2 – O projeto de investigação

Tendo em conta a problemática apresentada acima, a nossa investigação centra-se em duas áreas centrais: *i*) a relação dos jovens de 2º e 3º Ciclo com as redes sociais e o desenvolvimento de uma literacia mediática; *ii*) a relação entre o “mundo dos jovens” e a escola.

Em termos de objetivos, a investigação pretende compreender de que forma os jovens de 2º e 3º Ciclos utilizam as redes sociais e percecionam os seus desempenhos em termos técnicos e de conteúdos. Mas visa ir mais longe e perceber também de que forma os professores de 2º e 3º Ciclos utilizam as redes sociais (a título pessoal e profissional) e percecionam a utilização de redes sociais por parte dos seus alunos.

Sabemos que toda a investigação tem como ponto de partida uma problemática, pois "todo o conhecimento é uma resposta a uma questão". E, "se não houver questão, não pode haver conhecimento científico. Nada é nada. Nada é dado. Tudo é construído" (Bachelard, 1971, p. 166). Nesse sentido, a recolha e análise de dados prevista neste projeto visa responder a um conjunto de questões, que resumimos aqui:

A utilização de redes sociais no quotidiano de jovens de 2º e 3º ciclos, e dos seus professores, influencia as relações entre jovens em ambiente virtual e real? Ajuda à percepção de riscos e vantagens decorrentes da sua utilização? Permite aprender melhor? Influi nas relações com a família?

Nesta investigação optamos pela estratégia do estudo de caso, por ser a que se nos afigura como mais adaptada à realidade que pretendemos estudar. Para Yin (1989) o estudo de caso é um trabalho empírico que consiste na investigação de determinado fenómeno em contexto real, através de diferentes formas de recolher dados. Na opinião deste autor, o estudo de caso: “investigates a contemporary phenomenon within its real-life context; when the boundaries between phenomenon and context are not clearly evident; and in which multiple source of evidence are used” (p. 23).

Estaremos então perante um estudo empírico que pretende abordar um fenómeno da atualidade dentro do seu contexto real (na escola e fora da escola), sendo que os limites desse contexto não são para já evidentes. Recolheremos por isso “multiple source of evidence”, tal como defende Yin (1989, p. 23).

O estudo de caso que nos propomos realizar tem como característica o facto de se realizar em duas escolas ao mesmo tempo, sendo por isso um estudo de caso múltiplo. Yin admite isso mesmo quando refere que “the same study may contain more than a single case”, surgindo assim o que chama de “multiple-case design” (Yin, 1989, p. 52).

Esta investigação centra-se na problemática da utilização de redes sociais, pelo que pretendemos compreender essa utilização por parte de jovens e professores, de 2º e 3º Ciclos, na disciplina de Inglês.

Para a recolha de dados destinados à investigação, consideramos como instrumentos mais importantes a consulta de documentos legais (Currículo Nacional do Ensino Básico, Lei de Bases da Educação...) e orientações curriculares (programas de Inglês dos dois ciclos).

O campo de investigação desenvolve-se em dois agrupamentos de escolas, com 2º e 3º Ciclos do Ensino Básico da cidade de Castelo Branco. De acordo com (Freire, 1997) a escolha das “escolas-caso” poderia ter em conta diferentes critérios, desde os socio económicos até a algo que a escola tem “de característico, que lhe dá especificidade” (p. 566).

Neste caso, pretendemos aplicar um questionário a 80 alunos (40 do 2º ciclo e 40 do 3º) do 2º e 3º Ciclos do Ensino Básico, em Castelo Branco. Decidimo-nos por esta opção, uma vez que habitamos em Castelo Branco. Por outro lado, poderemos ter como referência os resultados do projeto “Educação para os Media na Região de Castelo Branco (2007-2011)”, que serão publicados em Setembro de 2011. Este projeto centrou-se na produção de jornais escolares, em papel e on-line, em 24 agrupamentos da região, entre eles os dois agrupamentos em que iremos desenvolver o nosso trabalho.

Optaremos então por uma amostra constituída por 80 alunos de Inglês e quatro professores, a qual iremos caracterizar do seguinte modo:

- para a caracterização dos alunos, esta deve abranger o ano de escolaridade, o sexo, a idade, a proveniência e o aproveitamento escolar, pelo que recorreremos a documentos escolares, como as fichas do diretor de turma. Aplicaremos também um questionário aos alunos.

- para a caracterização dos professores teremos em conta a idade, a área de formação, os anos de experiência docente e a sua ligação aos *media*, pelo que lhes iremos colocar questões nesse sentido. Estes dados serão recolhidos através da técnica de entrevista.

Em termos operacionais, o estudo contempla a aplicação de um questionário para recolher as opiniões dos jovens relativamente às redes sociais, às suas vantagens e desvantagens, à forma como as utilizam e aos seus objetivos de utilização. Em relação aos professores, procederemos à recolha de dados através de uma entrevista.

A recolha de dados será organizada do seguinte modo: *i*) elaboração e validação de um questionário; *ii*) validação do questionário (com alunos e especialistas); *iii*) aplicação do questionário a alunos; *iv*) elaboração e validação de guião de entrevista; *v*) validação do guião de entrevista (com professores e especialistas); *vi*) aplicação de uma entrevista aos professores.

Em relação ao tratamento de dados, os recolhidos por questionário serão tratados recorrendo ao programa SPSS (Statistical Package for Social Sciences). Os dados das entrevistas serão tratados recorrendo à técnica da análise de conteúdo.

Conclusão

Sabemos que um dos motivos mais importantes para a adesão a uma rede social é o facto de os amigos off-line já estarem inscritos nessa rede: Os resultados da investigação apontam ainda a localização geográfica e referem que a inscrição numa rede social ocorre cada vez mais cedo. Portugal situa-se entre os países em que a média de idade de inscrição numa rede social entre jovens é mais elevada (10 anos). Estudos anteriores sugerem que quanto mais as crianças usam a internet melhor sabem interagir com as tecnologias e com os outros, através das tecnologias. Porém, crianças e jovens não estão preparados para analisar criticamente e produzir reflexivamente mensagens media, não estão devidamente alertadas para os riscos que correm on-line, o que deve ser feito através da literacia dos media. Crianças e jovens, ao tornarem-se mais literatas em relação ao mundo mediático, podem tirar mais partido online e, ao mesmo tempo, adquirir mais capacidades para evitar os riscos.

A necessidade de desenvolver uma literacia dos media e para a cidadania torna-se cada vez mais relevante porque o mundo dinâmico em que vivemos requer diferentes capacidades de compreensão e comunicação, assim como novos códigos de conduta, para assegurar que estas novas tecnologias sejam utilizadas de forma responsável e ética. Grande parte da interação no mundo digital ocorre à distância o que pode diminuir a percepção das crianças de causa e efeito, ação e consequência.

Segundo Arne Duncan ⁵“In the 21st century, students must be fully engaged. This requires the use of technology tools and resources, involvement with interesting and relevant projects, and learning environments – including online environments – that are supportive and safe”. Já o projecto EU Kids Online mostra que as escolas, além de serem o segundo lugar mais comum para as crianças estarem online, proporcionam-lhes também importantes oportunidades de acesso.

A nossa investigação pretende compreender que atividades online detêm as preferências dos jovens dos 10 aos 14 anos. Que actividades, com que objectivos, que produção de que mensagens media e que consumo de mensagens media são algumas das questões que colocamos no centro deste estudo. A relação com o grupo de parceiros e família através das redes sociais é outro aspecto central num estudo com a particularidade de incidir na língua inglesa cujo conhecimento é importante como utilizador online e também, por ser a nossa área de especialização. A recolha de dados será realizada em escolas do Interior do País, longe de grandes centros e com uma população muito heterogénea. Consideramos fundamental compreender também o uso que os professores dos jovens a inquirir fazem das redes sociais, quer em termos pessoais, quer profissionais. Pretendemos assim contribuir para estudar uma realidade cada vez mais generalizada, recorrendo a dados empíricos recolhidos junto de crianças e jovens, mas também dos seus professores de inglês. Os dados serão recolhidos em 2012 e os resultados serão apresentados em 2013.

Referências

A Common Sense Media White Paper, Digital Literacy and Citizenship in the 21st Century – Educating, Empowering, and Protecting America’s Kids, 2011.

BACHELARD, G., A Epistemologia. Lisboa: Edições 70, 1971.

⁵ Arne Duncan, Secretary of Education, remarks to the 2010 Association of American Publishers Annual Meeting.

BOYD, D. and ELLISON, N. B., Social networking sites: definition, history and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication* 13(1), 2007.

BUCKINGHAM, D., *Media Education: Literacy, learning and contemporary culture.* Cambridge: Polity Press and Blackwell Publishing, Ltd., 2003.

FREIRE, I., O estudo de caso centrado na escola e na investigação sobre a indisciplina: Questões metodológicas. Paper presented at the VII Colóquio Nacional da AIPELF/AFIRSE, 1997.

HASEBRINK, U., GÖRZIG, A., HADDON, L., KALMUS, V. and LIVINGSTONE, S., Patterns of risk and safety online. In-depth analyses from the EU Kids Online survey of 9-16 year olds and their parents in 25 countries. LSE, London: EU Kids Online, 2011.

HOBBS, R., *Digital and Media Literacy-A Plan of Action. A White Paper on the Digital and Media Literacy Recommendations of the Knight Commission on the Information Needs of Communities in a Democracy.* Communications and Society Program, 2010.

JENKINS, H., *Convergence Culture: where old and new media collide.* New York: New York University Press, 2006.

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

JOHNSON, L., SMITH, R., LEVINE, A., & HAYWOOD, K., *The 2010 Horizon Report: K-12 Edition.* Austin, Texas: The New Media Consortium. Retrieved: <http://www.nmc.org/pdf/2010-Horizon-Report-K12.pdf> (2010)

LIVINGSTONE, S., HADDON, L., GÖRZIG, A., and ÖLAFSSON, K., Risks and safety on the internet: The perspective of European children. Full Findings. LSE, London: EU Kids Online, 2011.

LIVINGSTONE, S., ÖLAFSSON, K., STAKSRUD, E., *Social Networking, Age and Privacy.* EU Kids Online, 2011.

MASTERMANN, L., *Teaching about television.* London: Macmillan, 1980.

MEDIA-EDUC. Livro de apoio ao CD-Rom. [CD-Rom]. Paper presented at the Actas da Conferência Internacional Media Education in Europe, Bruxelles (2004)

OberCom-Observatório da Comunicação. *A Internet em Portugal, Lisboa* (2009)

PERKEL, D., Copy and Paste Literacy. Literacy Practices in the Production of a MySpace Profile. Paper presented at the Learning and Digital Media: Constructions, Contexts, Consequences. Retrieved from http://people.ischool.berkeley.edu/~dperkel/media/dperkel_literacymyspace.pdf

PINTO, PEREIRA, PEREIRA e FERREIRA. Educação para os Media em Portugal: experiências, actores e contextos. Entidade Reguladora para a Comunicação Social. Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade. Braga:Universidade do Minho, 2011.

SKAAR, H., Literacy on a social networking site. In K. Drotner, H. Siggard Jensen & K. C. Schroder (Eds.), *Informal learning and digital media* (pp. 180-202). Newcastle UK: Cambridge Scholars Publishing, 2008.

TOMÉ, V., CD Rom "Vamos fazer Jornais Escolares": um Contributo para o Desenvolvimento da Educação para os Média em Portugal. Universidade de Lisboa. , Lisboa, 2008.

TYNER, K., New Agendas for Media Literacy. In K. Tyner (Ed.), *Media Literacy: New Agendas in Communication* (pp. 1-7). New York: College of Communication of the University of Texas in Austin and Routledge, 2010.

YIN, R., *Case Study Research - Design and Methods*. London: Sage Publications, 1989.