

Literacia mediática: Práticas e competências de adultos em formação na Grande Lisboa

Media literacy: Practices and competencies of adults in training in Grande Lisboa

Paula Lopes*

* Professora auxiliar na Universidade Autónoma de Lisboa (UAL) e investigadora integrada do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, da Universidade do Minho (CECS-UM). Universidade Autónoma de Lisboa - Departamento de Ciências da Comunicação, Palácio dos Condes do Redondo, Rua de Santa Marta, 1169-023 Lisboa, Portugal. (paula.lopes@ual.pt)

Resumo

Será que os adultos em formação na Grande Lisboa retratam o país de consumos informativos tipicamente baixos, de que falavam Hallin e Mancini em 2004? Será que se mantêm os baixos níveis de interesse pelas notícias afirmados por José Rebelo e a sua equipa de investigadores, em 2008? Será que, na utilização de internet, a prática mais comum entre estes adultos é a gestão de *emails*, como revelado pelo Observatório da Comunicação em 2012? E será que os efeitos da exposição aos *media (old e new media)* condicionam as competências de literacia mediática dos indivíduos? Este texto apresenta alguns resultados do projeto de investigação "Literacia mediática e cidadania. Práticas e competências de adultos em formação na Grande Lisboa", desenvolvido no Centro de Investigação e Estudos de Sociologia (CIES), entre 2009 e 2013, e enquadrado no Programa de Doutoramento em Sociologia do ISCTE-IUL. Algumas pistas: os resultados mostram uma clara divisão entre gerações no acesso à informação e que apenas uma minoria gera conteúdos e participa publicamente online.

Palavras-chave: Literacia mediática, práticas mediáticas, competências de literacia mediática

Abstract

Do adults in training in Grande Lisboa portray a country of typically low information consumption (Hallin and Mancini, 2004)? The interest in the news remains low (Rebelo *et al.*, 2008)? Among these adults, sending and receiving emails is the most popular online activity (OberCom, 2012)? Do the effects of media exposure (to old and new media) determine media skills and competencies? This paper presents some results of the research project "Media literacy and citizenship. Practices and competencies of adults in training in Grande Lisboa", developed in the Centre for Research and Studies in Sociology (CIES), between 2009 and 2013, carried out under the Doctoral Programme in Sociology from ISCTE-IUL. Some clues: the results show that there is a clear distinction among generations in access to information and that only a minority of the subjects contributes with original content and participates publicly in online environments.

Keywords: Media literacy, media uses, media literacy skills and competencies

Introdução

A avaliação dos níveis de literacia mediática dos cidadãos – entendida como a "capacidade de aceder aos *media*, de compreender e de avaliar de modo crítico os diferentes aspetos dos *media* e dos seus

conteúdos, e de criar comunicações em diversos contextos” (União Europeia, 2007) – desenvolve-se numa espécie de binómio: de um lado, a inquirição de práticas; do outro, a medição ou avaliação de competências.

O inquérito por questionário é, seguramente, o mais adequado (e o mais comum) instrumento metodológico para a avaliação de práticas, mas revela-se um instrumento frágil e desadequado na medição de competências. Neste particular, revela-se muito mais útil e robusto o modelo usado nos grandes estudos internacionais de literacia, como o IALS, o ALL ou o PIAAC: a prova de avaliação de competências.

Tendo em conta este enquadramento, no âmbito do projeto “Literacia mediática e cidadania. Práticas e competências de adultos em formação na Grande Lisboa” foram concebidos dois instrumentos de recolha de informação (um questionário e uma prova de literacia mediática) e aplicados num segmento social particularmente estratégico, porque potencialmente decisivo e influente nas próximas décadas: adultos em formação.

A pesquisa foi operacionalizada com base numa estratégia metodológica de carácter quantitativo-extensivo e envolveu cerca de 500 adultos a frequentar diferentes contextos de ensino (ações de Educação e Formação de Adultos – EFA e cursos de licenciatura, mestrado e mestrado integrado), em escolas e universidades públicas na área geográfica da Grande Lisboa, no ano letivo 2011-2012.

As práticas mediáticas foram operacionalizadas pela conjugação de um conjunto de indicadores que forneceu informação acerca da exposição aos meios de comunicação social – *media* tradicionais e novos *media* – e muito em particular da exposição quotidiana na vertente da informação (noticiosa, de atualidade). A análise de dados foi, na maior parte dos casos e sempre que se justificou, dadas as características da amostra, segmentada segundo o nível de escolaridade a frequentar: EFA – ensino básico, EFA – ensino secundário e ensino superior.

A prova de literacia mediática, constituída por 20 tarefas ou exercícios, resultou de uma criteriosa construção conceptual. O seu *framework* traduz empiricamente um esforço teórico reflexivo: parte de três domínios operacionais de processamento da informação (conhecer e compreender, avaliar criticamente, criar para comunicar) e três dimensões de análise (técnica, crítica, criativa) para as operações de processamento, a escolha dos suportes (classificados segundo o formato, o meio de origem e o tipo de informação) e das tarefas (localizar e identificar, integrar e interpretar, avaliar e refletir, gerar). Refira-se que os itens da prova foram submetidos a análise, em termos de discriminação e de dificuldade, segundo a Teoria Clássica dos Testes e a Teoria da Resposta ao Item. A quase totalidade dos itens revelou-se discriminativa e passível de enquadramento num “banco de itens” para avaliação de competências de literacia mediática.

Revelem-se, então, alguns resultados desta investigação, no que a práticas mediáticas e a competências de literacia mediática diz respeito.

1. Práticas mediáticas

Uma primeira série de indicadores (quadro nº 1.1) revela uma clara homogenia quanto a níveis de exposição: independentemente do nível de escolaridade, a maioria dos inquiridos lê jornais, ouve rádio, vê televisão e navega na internet diariamente, um resultado que se afasta das distribuições nacionais

conhecidas [cf., por exemplo, a caracterização de Portugal como um país de consumos informativos tipicamente baixos, de Hallin e Mancini (2004)].

Na verdade, apenas o indicador referente à leitura de livros (em papel ou *online*) apresenta alguma variação: no EFA básico, 54,5% dos inquiridos nunca ou raramente lê livros; já no EFA secundário, a leitura de livros é prática quotidiana de 38% dos inquiridos e, para aqueles que se encontram a frequentar o ensino superior, 43,4% declaram essa prática.

Quadro 1.1: Exposição aos *media* (%)

	Nível de ensino a frequentar											
	Resultados globais			EFA: Ensino Básico			EFA: Ensino Secundário			Ensino Superior		
	N/R	1XS	D	N/R	1XS	D	N/R	1XS	D	N/R	1XS	D
Ler livros	27,4	31,5	41,1	54,5	18,2	27,3	36,7	25,3	38	22,3	34,3	43,4
Ler jornais	23	32	44,9	22,2	26,7	51,1	20,3	20,3	59,5	23,7	35,1	41,2
Ler revistas	33,3	45,5	21,3	36,4	38,6	25	34,2	36,8	28,9	32,7	47,9	19,3
Ouvir rádio	24,1	22,3	53,6	33,3	17,8	48,9	24,1	20,3	55,7	23	23,3	53,7
Ver TV	13,4	17,1	69,5	8,5	6,4	85,1	11,3	10	78,8	14,4	19,8	65,7
Navegar na internet	2,3	4,7	93	10,6	14,9	74,5	8,9	7,6	83,5	0	2,8	97,2

Legenda: N/R: Nunca/Raramente; 1XS: Pelo menos 1X semana; D: Diariamente ou quase

Fonte: Questionário PM&PC

O jornal (em papel ou *online*) é o suporte mais lido pelos inquiridos: diariamente ou pelo menos uma vez por semana, declaram ler jornais 77,8% dos indivíduos a frequentarem o EFA básico, 79,8% dos que frequentam o EFA secundário e 76,3% dos adultos a frequentar o ensino superior.

Os resultados mostram uma clara polarização: diariamente, a maioria dos inquiridos vê televisão (EFA básico: 85,1%; EFA secundário: 78,8%; ensino superior: 65,7%) e navega na internet (EFA básico: 74,5%; EFA secundário: 83,5%; ensino superior: 97,2%). Atente-se à relação com o nível de escolaridade: por um lado, o visionamento diário de televisão cresce à medida que a escolaridade diminui; por outro, a utilização diária de internet cresce à medida que a escolaridade aumenta. Ainda quanto à utilização diária de internet, e tendo em conta a idade dos inquiridos, diga-se que tendencialmente a navegação aumenta à medida que a idade diminui [o valor mínimo regista-se no escalão igual ou superior a 52 anos (68,4%) e o valor máximo regista-se no escalão 22-31 anos, com uma taxa de utilização de internet de 96,8%].

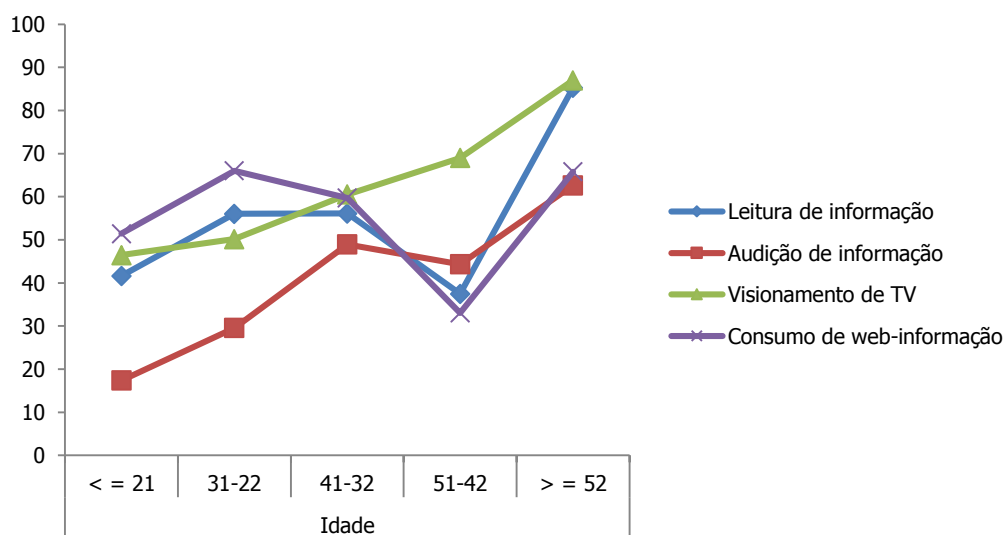
Uma análise mais fina, focada no indicador “tempo”, revela que o consumo diário de informação¹ – valor que resulta da soma de quatro indicadores (leitura de informação, audição de informação, visionamento de informação e consumo de web-informação) – de um aluno do EFA básico é, em média, de 3 horas e 54 minutos; um aluno do EFA secundário consome, em média, 4 horas e 15 minutos de informação/dia; e um aluno do ensino superior, em média, 2 horas e 50 minutos de informação/dia. O facto de o valor mais baixo se registar no ensino superior pode ser explicado, no caso da nossa amostra (recorde-se, uma

¹ Metodologia semelhante foi usada por Roger Bohn e James Short em *How Much Information 2009* (Universidade da Califórnia)

amostra constituída por adultos em formação), a partir da idade dos inquiridos (figura nº 1.1): tendencialmente, os mais jovens consomem menos informação do que os mais velhos [por exemplo, os casos mais contrastantes verificam-se no indicador "leitura de informação" (um valor médio de 85 minutos para indivíduos com idade igual ou superior a 52 anos cai para um valor médio de 42 minutos para indivíduos com idade igual ou inferior a 21 anos), no indicador "audição de informação" (um valor médio de 63 minutos para indivíduos com idade igual ou superior a 52 anos cai para um valor médio de 17 minutos para indivíduos com idade igual ou inferior a 21 anos) e no indicador "visionamento de informação" (um valor médio de 87 minutos para indivíduos com idade igual ou superior a 52 anos cai para um valor médio de 46 minutos para indivíduos com idade igual ou inferior a 21 anos)].

Na verdade, já Rebelo e o seu grupo de investigadores, em *Os Públicos dos Meios de Comunicação Social Portugueses* (2008), haviam revelado que os portugueses mais jovens apresentam níveis particularmente baixos de interesse pelas notícias nos vários meios, tradicionais (imprensa, rádio e televisão) ou novos *media* (internet).

Figura 1.1: Consumo de informação de atualidade segundo a idade (em minutos, valores médios)



Fonte: Questionário PM&PC

Análise de variância estatística significativa para todas as práticas ($p < 0,01$)

Desagregando o tempo por *medium* (quadro nº 1.2), e sem surpresa, nota-se o predomínio da televisão como principal meio de informação quotidiano dos inquiridos a frequentarem os EFA básico (72 minutos/dia) e secundário (78 minutos/dia). Estes dados corroboram resultados de investigações que revelam ser a televisão o meio de informação mais importante em Portugal (Rebelo *et al.*, 2008) e ser Portugal um país que vive em *overdose* televisiva (Benavente, Mendes e Schmidt, 1997).

Quadro 1.2: Consumo de informação de atualidade (em minutos, valores médios)

	Nível de ensino a frequentar		
	EFA: Ensino Básico	EFA: Ensino Secundário	Ensino Superior
Leitura de informação (*)	51	61	47
Audição de informação (**)	43	58	22
Visionamento de informação (**)	72	78	46
Consumo de web-informação	68	58	55

A leitura refere-se, neste caso, apenas a materiais impressos (jornais e revistas).

Fonte: Questionário PM&PC.

(*) (**) Análise de variância estatística significativa (* $p < 0,05$) (** $p < 0,01$)

A internet surge como principal *medium* a que recorrem diariamente os inquiridos do ensino superior (55 minutos/dia) para se informarem. O efeito (canibalizante²) da internet nas práticas de informação dos indivíduos – como já provado em diversos estudos nacionais (nomeadamente, do português Observatório da Comunicação) e internacionais (nomeadamente, do britânico Offcom) – parece ser mais notório no ensino superior, tomando por comparação os valores respeitantes ao consumo de informação via *media* tradicionais (imprensa, rádio e televisão) dos mesmos indivíduos.

Embora este valor seja o mais baixo dos três níveis de ensino, facto que, mais uma vez, pode estar relacionado com a idade dos inquiridos (os mais jovens consomem menos informação do que os mais velhos), julgamos ser já muito expressivo o tempo que os inquiridos dos EFA básico e secundário afirmam usar no consumo de web-informação: 68 e 58 minutos/dia, respetivamente.

Desagregando o ensino superior em cinco áreas científicas (quadro nº 1.3) – Arquitetura e Design; Ciências da Natureza, Matemática e Saúde; Ciências Sociais; Humanidades; Engenharias – conclui-se serem os alunos de Arquitetura e Design os inquiridos que mais consomem informação de atualidade (3 horas e 23 minutos/dia, em média) e os alunos inquiridos a frequentar cursos nas áreas científicas das Ciências da Natureza, Matemática e Saúde os que menos consomem informação de atualidade (2 horas e 15 minutos/dia, em média).

Quadro nº 1.3: Consumo de informação de atualidade no ensino superior (em minutos, valores médios)

	Ensino superior: Área científica				
	Arquitetura e Design	Ciências da Natureza, Matemática e Saúde	Ciências Sociais	Humanidades	Engenharias
Leitura de informação (*)	54	37	47	53	48
Audição de informação (*)	23	18	26	29	13
Visionamento de TV (*)	48	42	50	53	31
Consumo de web-informação (**)	78	38	58	53	51

Em minutos. A leitura refere-se, neste caso, apenas a materiais impressos (jornais e revistas).

Fonte: Questionário PM&PC.

(*) (**) Análise de variância estatística significativa (* $p < 0,05$) (** $p < 0,01$)

² A expressão é dos investigadores do Obercom (*in A Internet em Portugal 2012*)

Livros (impressos)

Os dados referentes à leitura de livros (impressos) por ano, e tomando por base a tipologia de *Hábitos de Leitura em Portugal: Inquérito à População Portuguesa* (Freitas, Casanova e Alves, 1997) e *A Leitura em Portugal* (Santos, 2007), revelam o predomínio dos pequenos leitores (1 a 5 livros / ano), independentemente do nível de escolaridade em análise (quadro nº 1.4).

Quadro 1.4: Tipologia de leitores de livros (% em coluna)

		Nível de ensino a frequentar			
		Resultados globais	EFA: Ensino Básico	EFA: Ensino Secundário	Ensino Superior
Tipologia leitura de livros	Não leitores	6,8	27,7	12,3	2,9
	Pequenos leitores	60,8	61,7	63,0	60,3
	Médios leitores	26,4	6,4	22,2	29,9
	Grandes leitores	6,0	4,3	2,5	6,9

Legenda: Pequenos leitores: 1 a 5 livros/ano; Médios leitores: 6 a 20 livros/ano; Grandes leitores: mais de 20 livros/ano; Não leitores: 0 livros/ano.

Fonte: Questionário PM&PC.

Qui-quadrado significativo ($p < 0,01$)

Na verdade, os pequenos leitores³ predominam na nossa amostra também independentemente do sexo (masculino: 55,5%; feminino: 64,7%) e da idade (em todos os escalões etários). É um facto: em Portugal pouco se lê, evidência que tem sido empiricamente demonstrada desde os anos 90 do século XX⁴.

Como se esperaria, a percentagem de não leitores decresce muito significativamente à medida que a escolaridade aumenta. Mas há outro dado que nos parece significativo: o número surpreendente (pela negativa) de grandes leitores, ou seja, de indivíduos que afirmam ler mais de 20 livros por ano (apenas 4,3% no EFA básico, 2,5% no EFA secundário e 6,9% no superior).

A existência de apenas 6,9% de grandes leitores no ensino superior pode estar relacionado com a migração da leitura para outros suportes, para plataformas digitais como computadores, *tablets* ou *ereaders*⁵. Em rigor, e seguindo Reig Hernández e Vélchez (2013), os padrões de leitura parecem estar a mudar: do impresso para o digital (ainda que lentamente), de uma leitura mais exaustiva para uma leitura mais exploratória e mais rápida, detetando elementos de importância⁶.

³ Dados do Pew Research Center's Internet & American Life Project, de 2012, revelaram que mais de 80% dos jovens americanos entre os 16 e os 29 anos leram apenas um livro no ano passado. Em detalhe: 75% leram um livro impresso, 19% um *ebook* e 11% um audiolivro. Cerca de 40% dos indivíduos com práticas de leitura *online* com mais de 30 anos declararam ler mais atualmente graças aos conteúdos digitais.

⁴ Cf. "Hábitos de leitura em Portugal: uma análise transversal-estruturalista de base extensiva" (Lopes, 2011) em <http://bocc.ubi.pt/pag/lopes-paula-habitos-de-leitura-em-portugal.pdf>

⁵ Recorde-se que a Amazon revelou, em abril de 2012, que por cada 100 livros impressos vendidos eram comprados 116 *ebooks*.

⁶ Ao que parece, "os nossos cérebros confiam na internet como memória, do mesmo modo que o fazem em relação à memória de um amigo, familiar ou colega de trabalho. Por outras palavras, recordamos menos a informação em si mesma do que onde a podemos localizar" (Sparrow, 2011). A investigadora da Universidade de Columbia Betsy

Tendo por referência a distribuição dos inquiridos por áreas científicas de ensino superior, refira-se que os pequenos leitores predominam em todas as áreas científicas, exceto nas Humanidades: neste grupo, há 50% de médios leitores. Os grupos com maior peso de não leitores são as Ciências da Natureza, Matemática e Saúde (4,9% de não leitores) e as Engenharias (4,5% de não leitores). A área científica com mais inquiridos que se declararam grandes leitores é a das Humanidades (22,9%). Esta é também a única área científica com total ausência de não leitores (0%).

Em detalhe, também nos parece relevante o número de inquiridos que afirmam não ler nenhum livro por ano (27,7% no ensino básico, 12,3% no secundário e 2,9% no superior), mesmo estando a frequentar algum nível de ensino numa escola básica/secundária ou numa universidade (quadro nº 1.5). Estes dados parecem indicar ter existido um entendimento restrito da leitura enquanto "leitura lazer".

Quadro nº 1.5: Leitura de livros (impressos) por ano (% em coluna)

	Resultados globais	Nível de ensino a frequentar			
		EFA: Ensino Básico	EFA: Ensino Secundário	Ensino Superior	
Nenhum	6,8	27,7	12,3	2,9	
1 livro	15,3	36,2	22,2	11,2	
Leitura livros - por ano	2 a 5	45,5	25,5	40,7	49,1
	6 a 10	17,7	6,4	16,0	19,5
	11 a 20	8,7	0,0	6,2	10,4
	Mais de 20	6,0	4,3	2,5	6,9

Fonte: Questionário PM&PC.

Qui-quadrado significativo ($p < 0,01$)

Jornais e revistas (impressos)

A maioria dos inquiridos declara ler algum tipo de jornais impressos, pelo menos uma vez por semana (quadro nº 1.6). Os tipos de jornais impressos lidos, pelo menos uma vez por semana, com mais regularidade pelos inquiridos são os diários (55,2% da amostra) e os gratuitos (65,4% da amostra). No EFA básico leem-se mais jornais diários (64,7%); no EFA secundário e superior, mais jornais gratuitos (70,4% e 64,7%, respetivamente). No EFA básico, a leitura de jornais económicos (3,9%) e de jornais regionais (7,8%) é pouco relevante.

A nível de género, a diferença mais acentuada foi encontrada na leitura de jornais desportivos: dos inquiridos que declararam ler jornais desportivos em papel, 84% são homens.

A percentagem de não leitores de jornais (em papel) no ensino superior (11,6%) parece-nos relevante. No entanto, refira-se que José Rebelo e a sua equipa revelaram uma percentagem ainda mais elevada: 20%

Sparrow concluiu (em artigo publicado na revista *Science*) que tendemos a esquecer o que sabemos que vamos encontrar na internet e que, mais do que memorizar, simplesmente retemos a forma de encontrar a informação de que necessitamos.

dos inquiridos com formação superior declaravam, em 2008, nunca lerem um jornal (Rebelo *et al.*, 2008: 104, 289).

Observamos, portanto, que os não leitores de jornais impressos aumentam à medida que a escolaridade aumenta, o que pensamos estar relacionado com a migração para outro tipo de suportes, concretamente *online*. Este dado corrobora resultados de estudos nacionais e internacionais, como *A Imprensa na Sociedade em Rede*, do Observatório da Comunicação (Obercom, 2010d), que afirma um crescimento em Portugal do número de leitores de jornais *online* e sugere que são os indivíduos mais escolarizados aqueles que mais leem jornais no suporte *online*, ou *Individuals Using the Internet for Reading Online Newspapers/Magazines*, do Eurostat (2012), que revela que a utilização da internet para ler jornais e revistas tem sido, em Portugal, crescente e constante ao longo dos anos analisados (anualmente entre 2003-2012), fixando-se em 40 a percentagem de inquiridos portugueses entre os 16 e os 74 anos que declararam tal prática.

Sem pretensões comparativas, afirme-se que o dado mais contrastante com os resultados de *A Leitura em Portugal* é o que diz respeito aos gratuitos, à época “uma realidade bastante recente no País” (Santos, 2007).

Quadro nº 1.6: Leitura de jornais impressos (% de leitores em cada grau de ensino)

	Resultados globais	Nível de ensino a frequentar		
		EFA: Ensino Básico	EFA: Ensino Secundário	Ensino Superior
Diários	55,2	64,7	60,5	51,5
Semanários (*)	26,0	9,8	27,2	27,3
Económicos	10,0	3,9	14,8	9,5
Desportivos (*)	19,8	29,4	24,7	17,0
Gratuitos	65,4	51,0	70,4	64,7
Regionais	13,5	7,8	18,5	12,9
Não lê jornais	10,4	3,9	7,4	11,6

Fonte: Questionário PM&PC
(*) Qui-quadrado significativo ($p < 0,05$)

Os alunos a frequentar o ensino superior que mais leem jornais diários e semanários estudam Humanidades ou Ciências Sociais. Dos alunos do ensino superior que declararam não ler jornais, a maioria frequenta cursos nas áreas científicas da Arquitetura e Design (19%) e das Ciências da Natureza, Matemática e Saúde (14,7%).

No estudo *Os Públicos dos Meios de Comunicação Social Portugueses* revelam-se outros dados que consideramos muito interessantes: Mais de 20% dos inquiridos com escolaridade superior que declaram ler frequentemente jornais diários assumem ficar pela primeira-página ou apenas passar os olhos pelos títulos, mais de 30% dos indivíduos com menos de 30 anos não passam da primeira-página e mais de 44% dos indivíduos com menos de 30 anos contentam-se somente com os títulos (Rebelo *et al.*, 2008: 107).

Refira-se que, ainda assim, existe uma percentagem muito considerável de leitores cumulativos de jornais nesta amostra (inquiridos que leem mais do que um tipo de jornal pelo menos uma vez por semana): os

indivíduos que leem dois ou três tipos de jornais pelo menos uma vez por semana representam 52,7% da amostra (quadro nº 1.7).

Quadro nº 1.7: Leitores cumulativos de jornais (%)

Nº de jornais lidos	% válida	% acumulada
0	11,3	11,3
1	28,5	39,8
2	32,3	72,1
3	20,4	92,5
4	5,8	98,3
5	1,2	99,4
6	,6	100,0
Total	100,0	

Fonte: Questionário PM&PC

Quanto ao suporte revista, e tomando a amostra como um todo, os dados mostram que a leitura regular (pelo menos uma vez por semana) de revistas é uma prática essencialmente feminina: as mulheres estão em maioria em quase todos os indicadores disponíveis para este tipo de publicações (de atualidade, científicas, culturais, femininas, incluídas em jornais, sociais e de viagens), exceto no que se refere a revistas masculinas. Trata-se de um resultado equivalente ao encontrado por Rebelo e a sua equipa: a procura de revistas é essencialmente feminina (Rebelo *et al.*, 2008: 69, 114).

Ainda tomando a amostra como um todo, a leitura regular de revistas de atualidade é de 49,2%, a leitura regular de revistas incluídas em jornais de 22,8% e de revistas sociais de 22,2%. Os não leitores de revistas representam 19,7% da amostra (quadro nº 1.8).

Numa análise mais fina, os resultados revelam que as revistas mais lidas pelos alunos do EFA básico são as sociais (33,3%) e as mais lidas pelos estudantes a frequentarem o EFA secundário e o ensino superior são as revistas de atualidade (48,1% e 50,5%, respetivamente). É de destacar, no entanto, o peso muito considerável da leitura de revistas sociais nas práticas de leitura de imprensa dos inquiridos do EFA secundário (42%). Refira-se que os não leitores de revistas aumentam à medida que a escolaridade diminui.

No ensino superior, a maioria dos leitores de revistas de atualidade, culturais, femininas, incluídas em jornais e revistas sociais estuda Humanidades ou Ciências Sociais. As publicações científicas/técnicas são lidas sobretudo por estudantes de Engenharias (34,8%) e de Ciências da Natureza, Matemática e Saúde (33,9%). Dos alunos que declararam não ler revistas, 26,6% frequentavam um curso na área científica da Arquitetura e Design.

Quadro nº 1.8: Leitura de revistas impressas (%)

	Resultados globais	Nível de ensino a frequentar		
		EFA: Ensino Básico	EFA: Ensino Secundário	Ensino Superior
Revistas de atualidade (*)	49,2	29,4	48,1	50,5
Revistas científicas/técnicas (*)	20,1	9,8	12,3	22,4
Revistas culturais (*)	17,7	5,9	11,1	20,1
Revistas femininas (*)	17,9	5,9	12,3	20,1
Revistas incluídas em jornais	22,8	19,6	27,2	21,6
Revistas masculinas	7,1	9,8	11,1	5,7
Revistas sociais (*)	22,2	33,3	42,0	16,0
Revistas de viagens (*)	10	5,9	17,3	8,8
Não lê revistas (*)	19,7	33,3	28,4	15,5

Fonte: Questionário PM&PC.
 (*) Qui-quadrado significativo ($p < 0,05$)

A leitura cumulativa de revistas (leitura de mais do que uma publicação), pelo menos uma vez por semana, independentemente do tipo, é prática de 50,2% da amostra (leitores cumulativos de revistas). No entanto, refira-se que a maior percentagem isolada se regista na leitura de uma única revista, pelo menos uma vez por semana: 42,3% (quadro nº 1.9).

Quadro nº 1.9: Leitores cumulativos de revistas (%)

Nº de revistas lidas	% válida	% acumulada
0	7,5	7,5
1	42,3	49,8
2	27,3	77,1
3	13,5	90,6
4	6,7	97,3
5	1,5	98,8
6	,6	99,4
7	,4	99,8
8	,2	100,0
Total	100,0	

Fonte: Questionário PM&PC

Encontraram-se correlações significativas entre a leitura de livros, jornais e revistas. A correlação mais evidente regista-se entre os leitores de jornais e de revistas (quadro nº 1.10).

Quadro nº 1.10: Correlações entre leitores de livros, jornais e revistas

		Frequência: Ler livros	Frequência: Ler jornais	Frequência: Ler revistas
Frequência: Ler livros	Pearson Correlation	1	,171**	,186**
Frequência: Ler jornais	Pearson Correlation	,171**	1	,528**
Frequência: Ler revistas	Pearson Correlation	,186**	,528**	1

(**) Correlação significativa ($p < 0,01$).

Fonte: Questionário PM&PC

Cruzando os valores que resultam da leitura de jornais e da leitura de revistas (quadro nº 1.11), verifica-se que quem nunca ou raramente lê jornais, nunca ou raramente lê revistas (72,6%) e que quem lê jornais pelo menos uma vez por semana, também lê revistas com a mesma periodicidade (62,6%).

Quadro nº 1.11: Crosstabulation leitura de jornais - leitura de revistas (%)

		Leitura de revistas (p6_3)				
		N/R	1XS	D	Total	
Leitura de jornais (p6_2)	N/R	% within R_p6_2	72,6	23,9	3,4	100,0
		% within R_p6_3	50,3	12,1	3,7	23,1
	1XS	% within R_p6_2	28,2	62,6	9,2	100,0
		% within R_p6_3	27,2	44,2	14,0	32,1
	D	% within R_p6_2	16,7	44,5	38,8	100,0
		% within R_p6_3	22,5	43,7	82,2	44,8
Total	% within R_p6_2	33,3	45,6	21,1	100,0	
	% within R_p6_3	100,0	100,0	100,0	100,0	

Legenda: N/R: Nunca/Raramente; 1XS: Pelo menos 1X semana; D: Diariamente ou quase.

Fonte: Questionário PM&PC.

Qui-quadrado significativo ($p < 0,01$)

Rádio

Música (66,5%) e informação (42,3%) lideram diariamente as preferências dos ouvintes de rádio inquiridos neste estudo (quadro nº 1.12). Os investigadores responsáveis pelo projeto *Os Públicos dos Meios de Comunicação Social Portugueses* chegam a resultados semelhantes quanto ao tipo de programas mais ouvidos: à frente está a música, depois a informação (Rebelo *et al.*, 2008: 101, 103).

No polo oposto, o fórum, o programa desportivo, a reportagem e a entrevista/debate reúnem menor consenso: são tipos de programas radiofónicos nunca ou raramente ouvidos pela maioria dos indivíduos inquiridos neste estudo (por 84%, 73%, 72,8% e 72,1% da amostra, respetivamente).

Quadro nº 1.12: Audição de rádio: resultados globais (%)

	Resultados globais		
	N/R	1XS	D
Informação	37,2	20,4	42,3
Entrevista/debate	72,1	18,8	9,1
Fórum	84,0	12,1	3,9
Reportagem	72,8	18,4	8,8
Desportivo	73,0	17,3	9,7
Cultural	55,5	31,1	13,4
Música	15,0	18,4	66,5
Entretenimento	40,8	26,2	33,0

Legenda: N/R: Nunca/Raramente; 1XS: Pelo menos 1X semana; D: Diariamente

Fonte: Questionário PM&PC

Tendo em conta a idade dos alunos inquiridos, e por referência unicamente a informação numa base diária, nota-se uma clara tendência: a audição de informação radiofónica aumenta de forma muito consolidada com a idade (nos extremos, 83,3% dos inquiridos com idade igual ou superior a 52 anos ouvem informação na rádio, percentagem que cai para os 25,4% nos inquiridos com idade igual ou inferior a 21 anos).

A análise da amostra particionada por nível de escolaridade mostra, sem surpresa, o mesmo padrão na relação entre a frequência de audição e o tipo de programa radiofónico: independentemente do nível de ensino, os inquiridos – que ouvem rádio (41,9% da amostra) – ouvem diariamente música e informação.

A maioria dos alunos a frequentar o ensino superior, independentemente da área científica, ouve diariamente música na rádio. A informação radiofónica é mais ouvida, diariamente, pelos alunos de Humanidades e menos pelos estudantes de Engenharias. Os alunos de Arquitetura e Design e os seus colegas de Humanidades são os alunos do superior que mais ouvem programas de entretenimento e programas culturais.

O número de ouvintes de rádio que declara ouvir, numa base diária, mais do que um tipo de programa de rádio (ouvintes cumulativos), independentemente do género, totaliza 49,8% (quadro nº 1.13). A maior parte dos inquiridos que ouvem rádio declaram ouvir diariamente dois tipos de programas de rádio (22,1%).

Colocando o foco exclusivamente na vertente informativa (quadro nº 1.14), o número de ouvintes cumulativos de informação (resultado da soma de quatro indicadores: informação, entrevista e debate, forum e reportagem) totaliza 11%.

Quadro nº 1.13: Ouvintes cumulativos (%)

Nº de programas de rádio ouvidos	% válida	% acumulada
0	30,6	30,6
1	19,6	50,2
2	22,1	72,3
3	15,4	87,7
4	5,4	93,1
5	3,7	96,7
6	2,1	98,8
7	,8	99,6
8	,4	100,0
Total	100,0	

Fonte: Questionário PM&PC

Quadro nº 1.14: Ouvintes cumulativos de informação (%)

Nº de programas de rádio de informação	% válida	% acumulada
0	58,1	58,1
1	31,0	89,0
2	6,7	95,8
3	2,7	98,5
4	1,5	100,0
Total	100,0	

Fonte: Questionário PM&PC

Televisão

A grande maioria dos telespectadores que integram a amostra ocupa diariamente o seu tempo em frente ao pequeno ecrã a ver informação/telejornais (quadro nº 1.15). A uma conclusão semelhante chegou José Rebelo, em 2008: a informação televisiva era vista frequentemente por 89,4% dos inquiridos em *Os Públicos dos Meios de Comunicação Social Portugueses* (Rebelo *et al.*, 2008: 103).

Do total de inquiridos que responderam a este conjunto de indicadores, a maioria nunca ou raramente vê *talkshows* (73,6%), telenovelas (71,1%), programas de desporto (68,3%), concursos (61,8%), entrevistas e debates (56,4%) e/ou música (52,4%). Veem diariamente mais informação televisiva os inquiridos mais velhos (o valor máximo, 94,4%, diz respeito a adultos com idade igual ou superior a 54 anos).

Quadro nº 1.15: Visonamento de televisão: resultados globais (%)

	Resultados globais		
	N/R	1XS	D
Informação/telejornais	12,3	17,2	70,5
Grande reportagem	42,1	42,7	15,1
Entrevista/ debate	56,4	34,5	9,1
Documentários	39,7	43,5	16,7
Científicos/educativos	46,8	40,5	12,7
Programas desportivos	68,3	21,6	10,1
Programas culturais	48,4	39,7	11,9
Cinema	31,5	49,4	19,1
Séries	22,6	35,6	41,8
Concursos	61,8	28,2	10,0
TV: talk shows	73,6	20,0	6,4
TV: telenovelas	71,1	12,9	16,0
TV: música	52,4	25,9	21,7

Legenda: N: Nunca; R: Raramente; 1XS: Pelo menos 1X semana; D: Diariamente.

Fonte: Questionário PM&PC

Uma análise detalhada por nível de escolaridade mostra, de facto, o predomínio da televisão enquanto *medium* informativo no quotidiano dos alunos do ensino básico, secundário e superior que afirmam ver televisão (79,6%, 78,2% e 67,8%, respetivamente). Destaque também para a grande reportagem: este

género televisivo é visto pela maioria dos telespectadores de qualquer nível de ensino pelo menos uma vez por semana.

A partir das respostas dadas pelos inquiridos quanto à frequência com que visionam vários géneros televisivos foi realizada uma análise de componentes principais (quadro nº 1.16). Os resultados mostram que os programas visionados podem ser organizados em quatro componentes: programas culturais, programas de entretenimento, programas de informação e programas de desporto/cinema.

Quadro nº 1.16: Géneros televisivos (análise de componentes principais)

	Componente			
	1	2	3	4
Cultura				
Programas científicos/educativos	,848	,025	,230	,029
Documentários	,791	,062	,337	,087
Programas culturais	,678	,198	,339	,124
Séries	,499	,424	-,154	,492
Entretenimento				
Concursos	,111	,758	,165	,149
Telenovelas	-,030	,745	,162	-,136
<i>Talk shows</i>	,151	,707	,155	,203
Música	,385	,468	,080	,259
Informação				
Entrevista/debate	,302	,029	,776	,140
Grande reportagem	,337	,272	,744	,026
Informação/telejornais	,120	,272	,670	,168
Desporto / cinema				
Programas desportivos	-,006	,005	,323	,822
Cinema	,472	,338	,045	,563
% de variância explicada	20,6	18,0	16,1	11,2

Fonte: Questionário PM&PC

Foram construídos quatro índices, cada um deles integrando as variáveis com maior peso (*loading*) em cada uma das componentes principais (assinalados a negrito no quadro 1.17), os quais traduzem a frequência, em termos médios, de visionamento de cada um dos tipos de programas⁷.

Os resultados revelam que, em média, os quatro tipos de programas são visionados com uma frequência relativamente equivalente e que os inquiridos tendem a fazê-lo com alguma frequência, ainda que pouco elevada (os valores globais médios obtidos situam-se todos acima de 2 e abaixo de 3). Mesmo assim, é

⁷ Especificam-se, em seguida, as variáveis incluídas em cada índice e o valor do alfa de Cronbach. *Cultura*: programas científicos/educativos, documentários, programas culturais, séries e cinema; alfa de Cronbach = 0,804. *Entretenimento*: concursos, telenovelas, talk-shows, música e séries; alfa de Cronbach = 0,731. *Informação*: entrevista/debate, grande reportagem, informação / telejornais; alfa de Cronbach = 0,782. *Desporto / cinema*: programas desportivos, cinema e séries; alfa de Cronbach = 0,631.

importante destacar que os programas de informação são os que apresentam frequências médias de visionamento mais elevadas, enquanto os de entretenimento apresentam os valores mais baixos (2,90 vs 2,42).

Quadro nº 1.17: Frequência de visionamento de tipos de géneros televisivos (valores médios) segundo o nível de escolaridade a frequentar, a área científica (ensino superior) e a idade

	Cultura	Entretenimento	Informação	Desporto / cinema
Nível a frequentar	(*)	(*)	(*)	(*)
EFA: Ensino Básico	3,22	3,08	3,27	3,28
EFA: Ensino Secundário	2,92	2,68	3,06	2,82
Ensino Superior	2,69	2,29	2,82	2,61
Área científica		(*)	(*)	
Arquitetura e Design	2,71	2,19	2,71	2,60
C. Natureza, Mat. e Saúde	2,71	2,34	2,72	2,65
Ciências Sociais	2,70	2,44	3,03	2,66
Humanidades	2,63	2,14	2,92	2,44
Engenharias	2,68	2,18	2,68	2,62
Idade	(*)	(*)	(*)	
< = 21	2,71	2,46	2,83	2,70
31-22	2,77	2,33	2,76	2,69
41-32	2,89	2,57	3,18	2,64
51-42	2,86	2,31	3,26	2,67
> = 52	3,27	3,01	3,58	3,06
Resultados globais	2,78	2,42	(*) 2,90	2,70

Legenda: Escala: 1 = nunca até 4 = diariamente ou quase

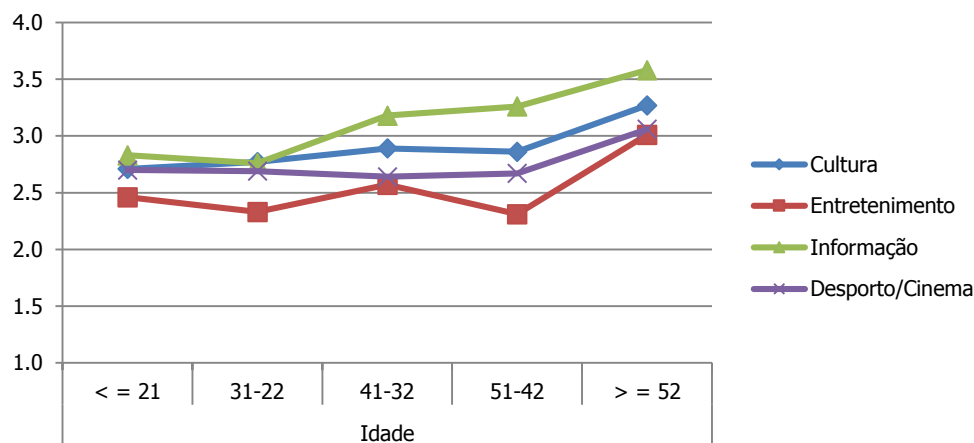
Fonte: Questionário PM&PC.

(*) Análise de variância estatística significativa ($p < 0,05$)

Analisando os resultados obtidos segundo o grau de ensino a frequentar, observa-se que os estudantes que se encontram a frequentar o ensino superior revelam práticas de visionamento de televisão mais baixas em todos os géneros televisivos.

Se for tida em conta a idade constata-se que há também diferenças evidentes, sobretudo quanto ao visionamento de programas de informação: à medida que a idade aumenta tende a aumentar também, em média, a frequência com que são visionados estes programas (figura nº 1.2).

Figura nº 1.2: Frequência de visionamento de tipos de géneros televisivos segundo a idade (valores médios)



Fonte: Questionário PM&PC

Redes sociais

O total de inquiridos que afirma ter perfil numa rede social é bem representativo do *esprit du temps* (88,6%). Em rigor, a grande maioria dos inquiridos tem perfil numa rede social, independentemente do nível de escolaridade, do sexo e da idade (quadro nº 1.18).

Quadro nº 1.18: Perfil em rede social segundo o sexo e a idade (% em coluna)

		Sexo (*)		Idade (*)				
		Masculino	Feminino	> = 52	51-42	41-32	31-22	< = 21
Perfil em rede social	Sim	85,0	91,4	76,5	62,5	85,4	91,0	94,3
	Não	15,0	8,6	23,5	37,5	14,6	9,0	5,7

Fonte: Questionário PM&PC.

(*) Qui-quadrado significativo ($p < 0,05$)

A análise por nível de ensino demonstra homogenia nos resultados, embora seja bem nítida a tendência de crescimento à medida que aumenta a escolaridade. Dos alunos do ensino superior que declararam não ter perfil numa rede social (9,3%), 30,6% frequentam um curso na área científica das Ciências Sociais. Estes dados vão ao encontro dos últimos resultados de *A Internet em Portugal 2012*, do Obercom: segundo o relatório, 73,4% dos internautas portugueses usam as redes sociais (e, adiante-se, 93,7% dos que utilizam redes sociais estão no Facebook). O estudo *Os Portugueses e as Redes Sociais 2012*, da Marktest, vai um pouco mais longe ao concluir, por exemplo, que os inquiridos – todos utilizadores de redes sociais – passam, em média, 88 minutos por dia nos *social media*, quase metade (46,2%) consulta as redes sociais várias vezes por dia e 95% dos utilizadores tem conta no Facebook.

Utilização de internet

A internet é, à partida, pela conjugação de meios, formatos e linguagens disponibilizados num único suporte, a tecnologia que requer a mobilização de mais práticas e mais e melhores competências em todos os domínios de literacia mediática: aceder, compreender, avaliar, criar. É também o suporte que solicita/mobiliza, em simultâneo, mais tipos de capital (segundo Bourdieu, 1986): capital económico (que possibilita a posse de equipamentos) e de capital cultural e social (traduzido em capacidades e competências, na sua mobilização em contexto, no âmbito de relações sociais específicas).

A análise de componentes principais foi realizada a partir das respostas dos alunos em relação à frequência de utilização de internet.

Quadro nº 1.19: Utilização da internet (análise de componentes principais)

	Componentes				
	1	2	3	4	5
Informação e pesquisa					
Procurar informação para trabalhos escolares	,731	-,012	,040	-,074	-,050
Usar a wikipédia ou semelhante	,691	,078	,036	,103	,076
Procurar e verificar factos	,691	-,031	,115	,165	,229
Procurar notícias	,651	,161	,068	,080	,155
Procurar informação sobre produtos	,490	,085	,403	,374	-,096
Comunicação					
Participar em <i>chats</i>	-,166	,704	,103	,104	,136
Aceder/participar em redes sociais	,167	,666	,092	,031	,209
Utilizar serviços de mensagens	,176	,630	,041	-,118	,078
Fazer/receber telefonemas <i>online</i>	-,031	,548	,208	,380	-,128
Enviar e receber emails	,475	,495	-,030	,128	,021
Entretenimento					
Ouvir rádio <i>online</i>	,085	,184	,742	,065	-,059
Jogar <i>online</i>	-,059	-,056	,714	,039	,206
Ouvir música <i>online</i>	,246	,188	,658	-,046	,178
Serviços					
Consultar/movimentar contas bancárias	,143	,138	,011	,807	,112
Fazer compras <i>online</i>	,116	-,035	,025	,762	,297
Participação pública					
Contribuir para um fórum de discussão <i>online</i>	,108	,158	,077	,194	,769
Participar em votações <i>online</i>	,144	,153	,175	,122	,766
% de variância explicada	15,3	12,2	10,5	9,8	9,0

Fonte: Questionário PM&PC

Os resultados apontam para a organização em cinco componentes: informação e pesquisa, comunicação, entretenimento, serviços e participação pública (quadro nº 1.19).

Foram construídos cinco índices, integrando as variáveis com maior peso em cada uma das componentes principais e traduzindo a frequência, em termos médios, de atividades realizadas através da internet⁸ (quadro nº 1.20).

Quadro nº 1.20: Frequência de diferentes tipos de atividades *online* (valores médios) segundo o nível de escolaridade a frequentar, a área científica (ensino superior) e a idade

	Informação e pesquisa	Comunicação	Entretenimento	Serviços	Participação pública
Nível a frequentar	(*)				
EFA: Ensino Básico	3,74	3,32	3,31	1,81	1,74
EFA: Ensino Secundário	3,97	3,51	3,10	2,09	1,72
Ensino Superior	4,13	3,54	3,03	2,02	1,98
Área científica					
Arquitetura e Design	4,17	3,51	3,08	2,17	1,77
Ciências da Natureza, Matemática e Saúde	4,07	3,56	3,03	2,01	1,89
Ciências Sociais	4,07	3,64	3,00	1,95	2,05
Humanidades	4,22	3,36	2,72	2,06	2,21
Engenharias	4,22	3,52	3,31	1,92	2,20
Idade		(*)	(*)	(*)	(*)
< = 21	4,08	3,53	3,10	1,83	1,94
31-22	4,14	3,59	3,21	2,20	2,06
41-32	4,07	3,70	2,75	2,14	1,83
51-42	3,92	3,32	2,73	1,94	1,55
> = 52	3,99	3,02	2,63	2,14	1,50
Resultados globais	4,08	3,53	3,07	2,02	1,93

Legenda: Escala: 1 = nunca; até 5 = diariamente. Fonte: Questionário PM&PC.

(*) Análise de variância estatística significativa ($p < 0,05$)

Os resultados mostram que, em média, as atividades de informação e pesquisa *online* são as que apresentam frequências médias mais elevadas e as atividades de participação pública *online* as que apresentam frequências mais baixas (4,08 vs 1,93). As atividades de informação e pesquisa *online* são as mais praticadas pelos inquiridos, independentemente do nível de escolaridade que frequentam. A frequência com que os alunos realizam tais atividades aumenta à medida que aumenta a sua escolaridade (o valor médio obtido no superior é de 4,13). Também a frequência de realização *online* de atividades de

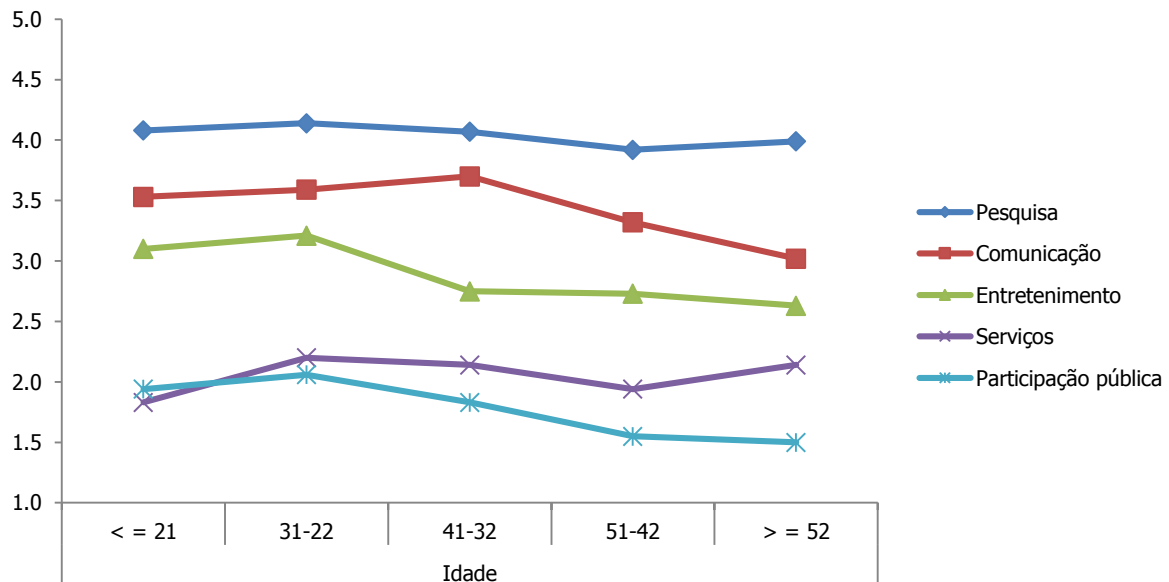
⁸ Especificam-se, em seguida, as variáveis incluídas em cada índice e o valor do alfa de Cronbach. *Informação e Pesquisa*: Procurar informação para trabalhos escolares, Usar a wikipédia ou semelhante, Procurar e verificar factos, Procurar notícias, Procurar informação sobre produtos; alfa de Cronbach = 0,734. *Comunicação*: Participar em *chats*, Aceder/participar em redes sociais, Utilizar serviços de mensagens, Fazer/receber telefonemas *online*, Enviar e receber emails; alfa de Cronbach = 0,629. *Entretenimento*: Ouvir rádio *online*, Jogar *online*, ; Ouvir música *online*; alfa de Cronbach = 0,582. *Serviços*: Consultar/movimentar contas bancárias, Fazer compras *online*; alfa de Cronbach = 0,629; *Participação pública*: Contribuir para um fórum de discussão *online*, Participar em votações *online*; alfa de Cronbach = 0,651.

comunicação revela uma tendência semelhante: a frequência de práticas é mais intensa quanto mais elevada é o nível de escolaridade que o inquirido frequenta.

Analisando os resultados por área científica de ensino superior, observa-se que os inquiridos realizam atividades através da internet com uma frequência relativamente equivalente, não se verificando variância que revele diferenças significativas.

Quanto à idade, pode afirmar-se que, tendencialmente, a frequência de realização de atividades *online* apresenta diferenças significativas: à medida que a idade aumenta, tende a diminuir, em média, a prática de quase todos os tipos de atividades *online*, exceto na componente Serviços. Em rigor, tendencialmente, a prática de atividades *online* na área dos serviços (consultar movimentos de contas bancárias e fazer compras *online*) tende a aumentar, em média, à medida que aumenta a idade dos inquiridos (figura nº 1.3).

Figura nº 1.3: Frequência de diferentes tipos de atividades *online* segundo a idade (valores médios)



Fonte: Questionário PM&PC

Também a gestão de conteúdos *online* foi objeto de uma análise de componentes principais, a partir das respostas dos alunos em relação à frequência com que gerem conteúdos *online*. Os resultados apontam para a organização em três componentes: edição, *downloads* e *uploads* (quadro nº 1.21).

Quadro nº 1.21: Gestão de conteúdos (análise de componentes principais)

	Componentes		
	1	2	3
Edição			
Editar vídeo	,852	,069	,111
Editar som	,797	,136	,083
Editar imagem	,661	,166	,195
Construir e manter uma página <i>web</i>	,578	-,062	,308
Fazer uma apresentação multimédia	,559	,247	-,005
Construir e manter um blogue	,494	,030	,243
Downloads			
<i>Download</i> de ficheiros de vídeo	,098	,887	,111
<i>Download</i> de ficheiros de música	,109	,844	,223
<i>Download</i> de software	,171	,832	,136
Uploads			
<i>Upload</i> de ficheiros de música	,143	,156	,894
<i>Upload</i> de ficheiros de vídeo	,194	,158	,870
<i>Upload</i> de fotografias	,237	,190	,721
% de variância explicada	23,8	19,9	17,7

Fonte: Questionário PM&PC.

De seguida, foram construídos os três índices (variáveis com maior peso em cada uma das componentes principais e frequência, em termos médios, de atividades de gestão de conteúdos através da internet)⁹ (quadro nº 1.22).

A realização de *downloads* é a atividade de gestão de conteúdos que apresenta uma frequência média mais elevada (2,84). Em sentido contrário, a edição de conteúdos é a atividade que apresenta os valores médios mais baixos (1,85). Os resultados mostram que, em média, a frequência de gestão de conteúdos a nível das componentes Edição e Uploads decresce à medida que aumenta a escolaridade (ainda que se revele pouco elevada, em qualquer um dos casos, com valores globais médios a situarem-se abaixo de 3).

⁹ Especificam-se, em seguida, as variáveis incluídas em cada índice e o valor do alfa de Cronbach. *Edição*: Editar vídeo, Editar som, Editar imagem, Construir e manter uma página *web*, Fazer uma apresentação multimédia, Construir e manter um blogue; alfa de Cronbach = 0,767. *Downloads*: *Download* de ficheiros de vídeo, *Download* de ficheiros de música, *Download* de software; alfa de Cronbach = 0,860. *Uploads*: *Upload* de ficheiros de música, *Upload* de ficheiros de vídeo, *Upload* de fotografias; alfa de Cronbach = 0,857.

Quadro nº 1.22: Frequência de diferentes tipos de gestão de conteúdos (valores médios) segundo o nível de escolaridade a frequentar, a área científica (ensino superior) e a idade

	Edição	Downloads	Uploads
Nível a frequentar	(*)	(*)	(*)
EFA: Ensino Básico	2,29	2,73	2,64
EFA: Ensino Secundário	2,12	2,30	2,28
Ensino Superior	1,74	2,96	1,84
Área científica	(*)	(*)	
Arquitetura e Design	1,85	3,14	1,91
Ciências da Natureza, Matemática e Saúde	1,59	2,98	1,78
Ciências Sociais	1,83	2,85	1,93
Humanidades	1,87	2,58	1,84
Engenharias	1,59	3,25	1,66
Idade		(*)	(*)
< = 21	1,79	3,01	1,83
31-22	1,87	3,16	2,13
41-32	1,90	2,14	2,19
51-42	1,83	1,82	1,74
> = 52	2,23	1,36	1,95
Resultados Globais	1,85	2,84	1,97

Fonte: Questionário PM&PC. Escala: 1 = nunca; até 5 = diariamente.

(*) Análise de variância estatística significativa ($p < 0,05$)

Estes resultados poderão ser reflexo da aposta em conteúdos relacionados com as Tecnologias de Informação e de Comunicação (TIC) nos programas de Educação e Formação de Adultos (EFA)¹⁰.

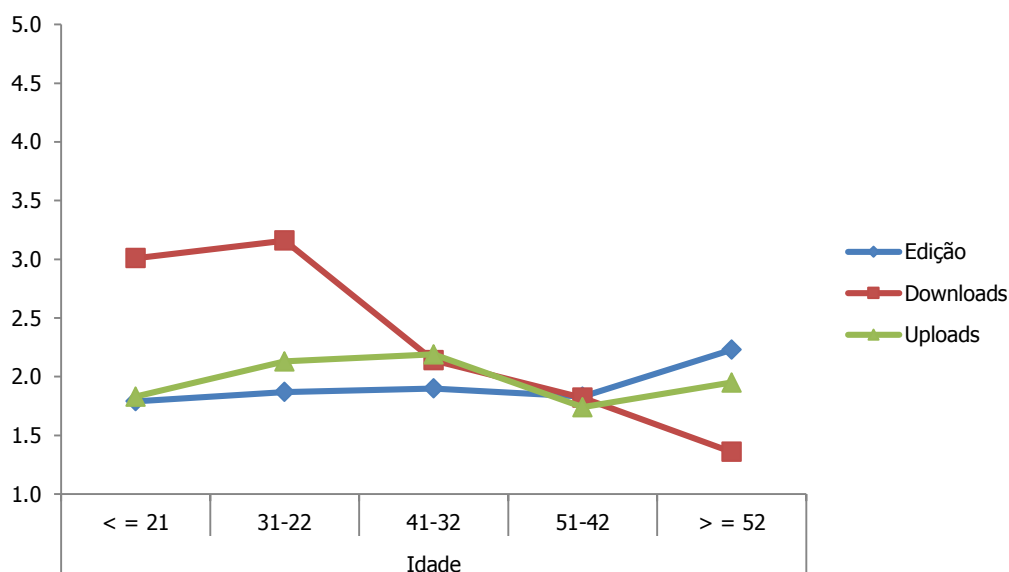
Observando os resultados no ensino superior, conclui-se que a frequência média de edição de conteúdos é, de facto, muito baixa, independentemente da área científica em causa (nunca acima de 2).

A prática de *downloads* é a atividade de gestão de conteúdos com frequência mais elevada no ensino superior (o valor mais alto regista-se nas Engenharias e é de 3,25).

Tendo em conta a idade, refira-se a existência de diferenças significativas, particularmente na prática de *downloads*: à medida que a idade aumenta tende a diminuir a frequência com que os inquiridos fazem *downloads* (figura nº 1.4).

¹⁰ Parte da informação recolhida junto de inquiridos a frequentarem ações de Educação e Formação de Adultos, de nível básico e secundário, ocorreu, justamente, em aulas de TIC, em salas devidamente equipadas a nível tecnológico, com a colaboração dos respetivos docentes.

Figura nº 1.4: Frequência de diferentes tipos de gestão de conteúdos segundo a idade (valores médios)



Fonte: Questionário PM&PC

Tomando por base a tipologia usada pelo Observatório da Comunicação para a avaliação/medição da frequência de utilização de internet (os indicadores disponíveis referem-se a práticas de comunicação, informação, entretenimento, procura de bens e consulta de serviços, educação e conteúdos gerados pelo utilizador), os resultados mostram que (quadro nº 1.23):

- 1) No grupo de indicadores que fornece informação acerca das práticas de comunicação distingue-se claramente um padrão: independentemente do nível de escolaridade, a maioria dos internautas inquiridos envia/recebe *emails* (73,7%) e acede a redes sociais (62,1%) várias vezes por dia/diariamente. A atividade de comunicação mais realizada diariamente, independentemente do nível de ensino, é enviar/receber *emails* (EFA básico: 45,5%, EFA secundário: 62,8%; ensino superior: 79,1%). O resultado é equivalente ao revelado no estudo do Observatório da Comunicação (Obercom), *A Internet em Portugal 2012*: a atividade de comunicação mais disseminada entre os internautas portugueses é enviar/receber *emails*. A percentagem de mulheres que declaram enviar/receber *emails* várias vezes por dia/diariamente é de 80,8% (homens: 64,5%) A percentagem de mulheres que dizem aceder/participar em redes sociais várias vezes por dia/diariamente situa-se nos 65,2% (homens: 58,9%). Os mais novos acedem/participam mais em redes sociais do que os mais velhos. Os alunos de Ciências Sociais são os inquiridos do ensino superior que mais acedem e participam em redes sociais: 78,1% declaram fazê-lo várias vezes por dia/diariamente.

Quadro nº 1.23: Frequência de utilização de internet: Resultados globais (% em linha)

	N	<1XM	M	S	xD/D
Comunicação					
Enviar e receber emails	1,4	2,5	1,4	21,0	73,7
Utilizar serviços de mensagens	13,6	8,3	6,9	23,2	48,0
Aceder/participar em redes sociais	10,8	3,8	3,2	20,0	62,1
Participar em chats	47,0	13,9	4,6	14,9	19,7
Fazer/receber telefonemas online	44,5	17,9	10,3	16,1	11,3
Informação					
Procurar notícias	3,2	5,5	6,7	33,7	50,9
Usar a wikipédia ou semelhante	2,4	4,6	12,2	42,9	37,9
Entretenimento					
Ouvir música online	8,6	6,8	6,6	27,6	50,4
Jogar online	43,5	16,6	9,5	15,4	15,0
Ouvir rádio online	37,6	13,5	10,9	20,2	17,8
Download de ficheiros de música	19,7	15,9	18,5	29,6	16,3
Download de ficheiros de vídeo	28,1	15,3	15,7	24,2	16,7
Download de software	23,9	29,1	22,3	16,5	8,2
Bens e services					
Procurar informação sobre produtos	5,6	9,1	14,7	48,3	22,3
Consultar/movimentar contas bancárias	48,0	9,3	14,1	19,8	8,9
Fazer compras online	56,7	25,7	10,2	5,9	1,4
Educação					
Procurar e verificar factos	7,5	8,5	11,2	36,8	36,0
Procurar informação para trabalhos escolares	2,2	3,1	6,7	30,2	57,8
Conteúdos gerados pelo utilizador					
Upload de ficheiros de música	64,2	11,5	6,3	11,5	6,5
Upload de ficheiros de vídeo	66,0	15,2	6,6	7,6	4,7
Upload de fotografias	31,3	30,6	18,3	14,9	4,8
Construir e manter um blogue	75,1	8,2	5,6	5,8	5,3
Construir e manter uma página web	80,4	7,0	3,3	4,7	4,5
Editar imagem	34,0	21,7	17,5	19,7	7,0
Editar som	70,7	13,6	7,4	4,8	3,5
Editar vídeo	70,3	15,4	7,0	4,5	2,9
Fazer uma apresentação multimédia	37,3	25,7	22,4	12,4	2,1
Contribuir para um fórum de discussão online	55,6	19,6	8,6	10,6	5,7
Participar em votações online	50,3	24,2	12,3	8,4	4,7

Legenda: N: Nunca, <1xM: Menos de uma vez por mês, M: Mensalmente, S: Semanalmente, xD/D: Várias vezes por dia/diariamente. Fonte: Questionário PM&PC

- 2) Quanto a informação, a maioria dos inquiridos, independentemente do nível de ensino, procura notícias na internet várias vezes por dia/diariamente (50,9%). A percentagem de homens que

procuram notícias na internet várias vezes por dia/diariamente é de 56,4% (mulheres: 47,4%). Os mais velhos procuram diariamente mais notícias na internet do que os mais novos. Os alunos de Humanidades são os inquiridos do ensino superior que diariamente mais procuram notícias (68,8%). A utilização de enciclopédias *online*, como a Wikipédia, é uma prática regular dos alunos do EFA secundário: 41,9% destes inquiridos afirmam consultar este tipo de publicação digital várias vezes por dia/diariamente e 32,4% fazem-no semanalmente.

- 3) Dos indicadores que avaliam/medem a frequência com que os inquiridos usam a internet na vertente entretenimento, a atividade mais consensual parece ser ouvir música *online*: 50% dos alunos do EFA básico, 44,6% dos alunos a frequentarem o EFA secundário e 51,6% dos alunos no ensino superior dizem fazê-lo várias vezes por dia/diariamente. A percentagem de homens que declaram ouvir música *online* várias vezes por dia/diariamente é de 53,8% (mulheres: 48,1%). Os mais jovens ouvem diariamente mais música *online* do que os mais velhos. No ensino superior, os alunos de Arquitetura e Design são os inquiridos a frequentar este nível de ensino que diariamente mais ouvem música *online* (62%).
- 4) Na categoria bens e serviços, a prática mais comum, numa base diária ou semanal, é a procura de informações sobre produtos (EFA básico: 66,7%; EFA secundário: 74%; ensino superior: 70,3%). Dos inquiridos, 48% nunca consulta/movimenta contas bancárias na internet (EFA básico: 66,7%; EFA secundário: 51,4%; ensino superior: 45,6%) e 56,7% nunca faz compras *online* (EFA básico: 71,4%; EFA secundário: 66,2%; ensino superior: 53,6%). Fazer compras *online* é, de facto, a atividade menos frequente destes indivíduos nesta categoria¹¹. A percentagem de mulheres que declararam nunca fazer compras *online* é de 62,8% (homens: 48,3%). A maior parte dos alunos que estudam Humanidades (55,1%) declararam fazer compras *online*.
- 5) A internet é usada pela maioria dos inquiridos (88% da amostra), independentemente do seu nível de ensino, para procurar informações para trabalhos escolares várias vezes por dia/diariamente ou semanalmente (EFA básico: 68,9%; EFA secundário: 80,7%; ensino superior: 91,7%). Um facto previsível, dado o contexto: adultos em formação em estabelecimentos de ensino na Grande Lisboa. A procura e verificação de factos é uma atividade diária ou semanal de 76,9% dos inquiridos do ensino superior, de 58,6% dos alunos do EFA secundário e de 56,7% dos do EFA básico.
- 6) A tão proclamada (e retórica) proactividade dos utilizadores de internet, subjacente ao paradigma digital, tem vindo a ser questionada pela comunidade científica internacional. A ideia de “fratura digital” (ou desigualdade digital), aliada à distinção entre o acesso à tecnologia e o uso eficaz e consciente das ferramentas tecnológicas, tem procurado evidência empírica relevante. Os estudos têm sido efetuados maioritariamente junto de jovens, os chamados “nativos digitais” (Prensky, 2001), e têm mostrado que apenas uma minoria gera e gere os seus próprios conteúdos digitais (Kvavik, Caruso e Morgan, 2004; Kennedy, Krause, Judd, Churchward e Gray, 2006; Olivier e Goerke, 2007; Bennett e Maton, 2011). A nossa investigação não constitui

¹¹ A percentagem dos inquiridos que dizem fazer compras *online* pelo menos ocasionalmente ronda os 43%, valor que se revela muito mais baixo do que o disponibilizado pelos investigadores do Obercom em *A Internet em Portugal 2012*: 90,4%.

exceção. De facto, a informação mais relevante refere-se ao que os inquiridos afirmam nunca fazer: em rigor, a maioria dos alunos (dos EFA básico, EFA secundário e superior) declara nunca fazer *upload* de ficheiros de música (64,2%), nunca fazer *upload* de ficheiros de vídeo (66%), nunca construir ou manter um blogue (75,1%), nunca construir ou manter uma página *web* (80,4%), nunca editar som (70,7%) e nunca editar vídeo (70,3%). Há mais homens do que mulheres a declarar construir e manter um blogue e construir e manter uma página *web*. Os inquiridos entre os 32 e os 41 anos são os que mais declaram manter um blogue ou manter uma página *web*.

- 7) A nível de participação pública *online*, a maioria declara nunca contribuir para um fórum *online* (55,6% dos quais do EFA básico: 60%; do EFA secundário: 67,1%; e do ensino superior: 53%) ou participar em votações *online* (50,3% dos quais do EFA básico: 73,5%; do EFA secundário: 64,9%; e do ensino superior: 45,4%). São mais os homens do que as mulheres que dizem contribuir para um fórum *online* e participar em votações *online*: a percentagem de homens que declaram contribuir para um fórum *online* diariamente/várias vezes por dia é de 8,9% (mulheres: 3,2%); a percentagem de homens que dizem participar em votações *online* diariamente/várias vezes por dia situa-se nos 6,8% (mulheres: 3,3%). Os inquiridos entre os 22 e os 31 anos são os que mais contribuem para um fórum *online*; os inquiridos entre os 18 e os 21 anos são os que mais participam em votações *online*.

2. Competências de literacia mediática e práticas mediáticas

Competências de literacia mediática e dados sociográficos

Uma análise dos resultados, a partir de uma escala de 0 – 100 pontos, permite-nos concluir que a escolaridade e a idade são as mais importantes dimensões sociográficas explicativas das competências de literacia mediática destes indivíduos¹²: em média, à medida que o nível de ensino frequentado aumenta, aumentam as pontuações médias do desempenho dos alunos na prova de literacia mediática.

Quanto à idade, a análise permite constatar que, em média, os alunos mais novos apresentam melhores classificações na prova. Quando ao género, verifica-se que, em média, não existem diferenças relevantes entre as classificações dos alunos e das alunas que responderam à prova.

Uma última nota para o ensino superior. Como seria de esperar, dada a homogenia quanto ao nível de escolaridade e à idade, não se registam diferenças relevantes entre áreas científicas de ensino superior. Os *scores* variam entre um máximo de 62,6 (Engenharias) e um mínimo de 56,2 (Humanidades) pontos, pelo que a variação (6,4) não nos parece determinante.

¹² A investigação sociológica sobre literacia já havia deixado claro que as competências de literacia tendem a ser mais elevadas entre os indivíduos com maior escolaridade e entre os mais jovens (Costa, Machado e Ávila, 2007).

Quadro nº 2.1: Competências de literacia mediática segundo a área científica de ensino superior (médias)

Área científica	Média
Arquitetura e Design	62,53
Ciências da Natureza, Matemática e Saúde	60,15
Ciências Sociais	61,90
Humanidades	56,20
Engenharias	62,63

Pontuações médias. Escala 0-100.

Fontes: Prova de literacia mediática e questionário PM&PC.

Análise de variância estatística significativa ($p < 0,05$)

Uma análise mais fina por curso a frequentar no ensino superior mostra que, em geral, os alunos dos cursos com médias de acesso ao ensino superior mais altas (como Medicina, Ciências da Comunicação, Design ou Engenharia de Materiais) obtêm, em média, *scores* mais altos; os alunos dos cursos com médias de acesso mais baixas (como Matemática, Ciências da Linguagem ou Química Tecnológica) obtêm, em média, pontuações mais baixas (quadro nº 2.2 na página seguinte).

Os cursos de Ciência Política, Design de Produto e Engenharia de Materiais lideram a tabela. No extremo oposto estão os cursos de Matemática Aplicada e Química Tecnológica. A diferença entre pontuações atinge os 22,8 pontos (Ciência Política vs. Matemática Aplicada).

Quadro nº 2.2: Competências de literacia mediática segundo o curso a frequentar no ensino superior (médias)

Curso	Média
Arquitetura	61,68
Biologia	62,93
Ciência Política	67,57
Ciências da Comunicação	65,67
Ciências da Linguagem	50,33
Design de Produto	66,14
Engenharia Biológica	62,56
Engenharia de Materiais	66,00
Engenharia Informática	59,72
História	56,20
Línguas, Literaturas e Culturas	59,51
Matemática Aplicada	44,73
Medicina	65,68
Química Tecnológica	50,90
Sociologia	58,23

Pontuações médias. Escala 0-100.

Fontes: Prova de literacia mediática e questionário PM&PC.

Competências de literacia mediática e práticas mediáticas

Ao contrário do sugerido na literatura, os efeitos da exposição aos *media* tradicionais (jornais, revistas, rádio e televisão) não são expressivos em questões de competências de literacia mediática (quadro nº 2.3). O mesmo não acontece em relação aos efeitos da exposição aos novos *media*: nesta amostra, uma navegação na internet mais intensa condiciona fortemente as competências de literacia mediática. Quem nunca ou raramente navega na internet obtém, em média, uma classificação de 20 pontos; quem diariamente assume tal prática regista, em média, uma pontuação de 56 pontos. Este impacto regista, assim, quase o triplo dos pontos.

Quadro nº 2.3: Competências de literacia mediática segundo a frequência de exposição aos *media* (médias)

Exposição aos media	Médias		
	N/R	1XS	D
Leitura de jornais	54,99	56,77	54,57
Leitura de revistas	53,98	57,97	52,94
Audição radio	54,57	55,27	56,12
Visionamento TV	55,34	58,93	54,41
Navegação internet (*)	20,72	43,66	56,60

Legenda: N/R: Nunca/Raramente; 1XS: Pelo menos 1X semana; D: Diariamente ou quase Pontuações médias. Escala 0-100.

Fontes: Prova de literacia mediática e questionário PM&PC.

(*) Análise de variância estatística significativa ($p < 0,05$)

Nesta amostra, quem declara nunca ou raramente ler jornais, nunca ou raramente ler revistas, nunca ou raramente ouvir rádio e nunca ou raramente ver televisão obtém, em média, *scores* muito semelhantes aos dos alunos que declaram a realização diária de tais práticas mediáticas. Assim, concluímos que não existe uma correspondência evidente entre exposição aos *media* tradicionais e competências de literacia mediática.

Parece existir uma correspondência mais ou menos evidente entre a leitura de livros (impressos) e as competências de literacia mediática: em média, a leitura de mais livros por ano contribui para reforçar essas competências (quadro nº 2.4).

Quadro nº 2.4: Competências de literacia mediática segundo a leitura de livros (impressos) por ano (médias)

Leitura livros por ano	Média
Nenhum/Não lê livros	40,02
1 livro	47,30
Entre 2 - 5 livros	56,96
Entre 6 - 10 livros	58,50
Entre 11 - 20 livros	60,94
Mais de 20 livros	59,13

Pontuações médias. Escala 0-100.

Fontes: Prova de literacia mediática e questionário PM&PC.

Análise de variância estatística significativa ($p < 0,01$)

Estes resultados reforçam a importância determinante da leitura na literacia dos indivíduos. Essa importância tem vindo a ser realçada na investigação sociológica sobre literacia: a leitura de livros surge como um indicador importante e estatisticamente significativo, especialmente por referência à literacia em prosa (Ávila, 2008: 228-230).

Observem-se, com mais detalhe, alguns indicadores de práticas de utilização de internet, práticas que, como vimos, condicionam fortemente as competências de literacia mediática dos inquiridos neste estudo (quadro nº 2.5).

Quadro nº 2.5: Competências de literacia mediática segundo a frequência de utilização de internet (médias)

	N	<1xM	M	S	xD/D
Aceder/participar em redes sociais	46,5	54,9	52,7	53,4	58,6
Procurar notícias	43,9	52,9	55,6	56,9	55,5
Procurar e verificar factos	34,9	54,0	57,3	56,4	60,3
Procurar informação para trabalhos escolares	34,1	52,5	55,9	54,4	56,8
Construir e manter um blogue	57,5	53,5	53,3	52,0	54,3
Construir e manter uma página web	57,4	59,2	45,3	50,5	49,0
Contribuir para um fórum de discussão online	54,9	57,9	55,4	58,7	59,6
Participar em votações online	52,6	59,8	59,0	61,6	57,3

Legenda: N: Nunca, <1xM: Menos de uma vez por mês, M: Mensalmente, S: Semanalmente, xD/D: Várias vezes por dia/diariamente. Pontuações médias. Escala 0-100. Fontes: Prova de literacia mediática e questionário PM&PC.

As diferenças mais evidentes dizem respeito aos indicadores de informação e pesquisa *online*: em média, nesta amostra, quem declara nunca procurar notícias, nunca procurar informação para trabalhos escolares, e nunca procurar e verificar factos obtém *scores* mais baixos do que quem declara fazê-lo

diariamente. Os efeitos de tais atividades são bastante expressivos neste grupo de indicadores (por exemplo, no indicador “procurar informação para trabalhos escolares”, a variação é de 22,7 pontos; e no indicador “procurar e verificar factos”, a variação atinge os 25,4 pontos).

Uma última nota para as redes sociais: em média, os alunos que declaram ter perfil em alguma rede social *online* (média: 56,4) detêm mais competências de literacia mediática do que os seus colegas que declaram não o ter (média: 46,4).

Análise de regressão múltipla: Competências de literacia mediática

De que modo é que as dimensões/fatores até aqui exploradas/os contribuem, quando tomados em conjunto, para explicar as competências de literacia mediática nesta amostra?

Procurando uma hierarquização do peso relativo de um conjunto de fatores e da sua correlação com as competências de literacia mediática dos inquiridos procedeu-se a uma análise de regressão linear múltipla. As variáveis independentes analisadas dizem respeito à caracterização sociográfica do inquirido (escolaridade, sexo, idade) e do seu núcleo familiar (escolaridade do pai e da mãe) e à caracterização de práticas mediáticas (práticas de leitura de livros e de jornais, de audição de rádio, de visionamento de TV, nomeadamente nas vertentes informação, entretenimento e cultura, e de navegação e utilização de internet, nomeadamente na vertentes informação e pesquisa, e edição de conteúdos).

Os resultados realçados no quadro nº 2.6 indicam as variáveis que se revelaram estatisticamente significativas. A percentagem de variação das competências de literacia mediática explicada pelo modelo é de 36%.

Quadro nº 2.6: Fatores explicativos da literacia mediática (regressão múltipla)

Fatores explicativos	Contributo das variáveis independentes (beta)
Escolaridade (*)	0,280
Géneros TV: Entretenimento (ACP) (*)	-0,271
Idade (*)	-0,251
Géneros TV: Cultura (ACP) (*)	0,150
Leitura de livros impressos (nº por ano) (*)	0,110
Navegação na internet (frequência)	0,080
Visionamento de televisão (frequência)	0,061
Gestão de conteúdos (ACP)	-0,057
Leitura de jornais (frequência)	0,040
Utilização de internet: Informação e pesquisa (ACP)	0,035
Sexo	-0,032
Leitura de livros impressos (frequência)	0,028
Audição de rádio (frequência)	0,020
Escolaridade da mãe	0,017
Escolaridade do pai	0,002
Géneros TV: Informação (ACP)	-0,001
R2 (% de variação explicada) (*)	0,361

Fontes: Prova de literacia mediática e questionário PM&PC.

(*) Análise de variância estatística significativa ($p < 0,05$)

Os resultados mostram claramente a forma como as competências de literacia mediática se encontram associadas à escolaridade e à idade.

A escolaridade é, na nossa amostra, o fator mais determinante em questões de competências de literacia. Tal facto não é surpreendente: vários autores têm afirmado o mesmo, como Patrícia Ávila (2008), em relação à literacia “tradicional”, ou Helen Helsper (2013), em relação à literacia mediática. Como sabemos, Helsper e Eynon afirmam também a idade e o género como recursos inclusivos de literacia mediática (Helsper e Eynon, 2013).

Na nossa análise, a escolaridade não anula a importância da idade. As competências de literacia mediáticas são, nesta amostra, particularmente condicionadas pela idade, mas numa correlação negativa: as competências tendem a ser mais elevadas entre os mais novos, o que pode estar relacionado com “a dificuldade que uma parte significativa dos mais velhos poderão ter em manter atualizadas as suas competências” (Ávila, 2008: 231). Neste sentido, não esqueçamos – como alerta Patrícia Ávila – que as competências de literacia podem desenvolver-se ou regredir ao longo da vida (Ávila, 2008: 229).

A correlação entre género e competências de literacia mediática não é estatisticamente significativa neste estudo. O mesmo acontece em relação ao capital escolar do núcleo familiar de origem: a escolaridade do pai e da mãe do inquirido não constituem fatores significativos nesta análise, conclusão que se afasta dos resultados dos principais estudos nacionais e internacionais de literacia (cf. Ávila, 2008).

Quanto às práticas mediáticas, os resultados realçam uma correlação positiva entre competências de literacia mediática e o visionamento de programas culturais na televisão (como programas científicos, documentários ou programas culturais), e entre competências de literacia mediática e o número de livros (impressos) lidos por ano. Assim, os números tornam explícito que as competências de literacia mediática tendem a ser, neste estudo, mais elevadas entre os inquiridos que mais livros leem por ano e que a mais programas culturais assistem na TV. Estas são, na verdade, duas das práticas que mais esforço e empenho exigem a nível de atenção e de competências críticas.

Os resultados mostram também a existência de uma correlação negativa (mas estatisticamente significativa) entre competências de literacia mediática e o visionamento televisivo de programas de entretenimento (como concursos, telenovelas ou *talkshows*): as competências de literacia mediática tendem a ser menos elevadas entre os inquiridos que mais assistem a este tipo de programas.

Variáveis relativas a práticas mediáticas como a frequência de leitura de jornais, a frequência de audição de rádio, a frequência de visionamento de televisão ou a frequência de navegação na internet, entre outras, veem o seu efeito ser muito atenuado quando, no modelo, estão variáveis como a idade e a escolaridade, por exemplo.

Notas finais

Os resultados de “Literacia mediática e cidadania. Práticas e competências de adultos em formação na Grande Lisboa” obrigam a questionar a ideia preconcebida de que, na contemporaneidade, os indivíduos – sobretudo os “nativos digitais” – são uma espécie de “dependentes de informação” que, de forma competente e continuada, criam/produzem conteúdos originais e os distribuem em rede.

Os dados revelam que os mais novos e os que frequentam níveis de ensino mais elevados passam significativamente menos tempo a obter/receber/processar informação de atualidade do que os mais velhos e menos escolarizados. Os resultados mostram também que são os mais novos e os que frequentam níveis de ensino mais elevados os que menos jornais impressos leem e menos televisão veem.

Em contrapartida, são os que mais usam a internet para informação e pesquisa (as atividades *online* com frequências médias mais elevadas), e para comunicação.

A participação pública *online* é, entre os vários tipos de atividade *online* analisadas junto dos alunos a frequentar o ensino superior, a que apresenta frequências médias mais baixas. As atividades *online* de gestão de conteúdos apresentam valores médios muito baixos, particularmente a “edição de conteúdos”. Os efeitos da exposição aos *old media* não se revelaram particularmente expressivos neste particular, mas os efeitos da exposição aos *new media* parecem condicionar fortemente as competências de literacia mediática destes indivíduos.

Uma análise de regressão linear múltipla mostrou que a leitura de livros impressos e o visionamento de géneros culturais na televisão, por um lado (*media* tradicionais), e as atividades de informação e de pesquisa *online*, por outro (novos *media*), se revelaram, nesta amostra, variáveis estatisticamente significativas.

Bibliografia

- Ávila, P. (2008), *A Literacia dos Adultos – Competências-chave na Sociedade do Conhecimento*, Oeiras, Celta
- Benavente, A., H. Mendes e L. Schmidt (1997), “Direitos dos cidadãos em Portugal: Conhecimentos e opiniões”, *Sociologia, Problemas e Práticas*, nº 24, pp. 71-114
- Bennett, S. e K. Maton (2011), “Intellectual field or faith-based religion: Moving on from the idea of «digital natives»” in M. Thomas (ed.) (2011), *Deconstructing Digital Natives: Young People, Technology and the New Literacies*, Nova Iorque, Routledge, pp.169-185
- Bourdieu, P. (1986), “The forms of capital” in J. G. Richardson (ed.) (1986), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, Nova Iorque, Greenwood Press, pp. 241-258
- Costa, A. F., F. L. Machado e P. Ávila (orgs.) (2007), *Portugal no Contexto Europeu. Vol II: Sociedade e Conhecimento*, Oeiras, Celta
- Eurostat (2012), *Individuals Using the Internet for Reading Online Newspapers/Magazines*, Luxemburgo, Office for Official Publications of the European Communities
- Freitas, E., J. L. Casanova e N. A. Alves (1997), *Hábitos de Leitura: Um Inquérito à População Portuguesa*, Lisboa, Dom Quixote
- Hallin, D. C. e P. Mancini (2004), *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*, Cambridge, Cambridge University Press
- Helsper, E. e R. Eynon (2013), “Pathways to digital literacy and engagement”, *European Journal of Communication*, 28 (6)
- Kennedy, G., K. Krause, A. Churchward, T. Judd e K. Gray (2006). *First Year Students’ Experiences with Technology: Are they really Digital Natives?*
- Kvavik, R. B., J. B. Caruso e G. Morgan (2004), *ECAR Study of Students and Information Technology 2004: Convenience, Connection and Control*, Boulder, EDUCAUSE – Center for Applied Research

- Lopes, P. (2011), "Hábitos de leitura em Portugal: Uma análise transversal-estruturalista de base extensiva", *Biblioteca Online de Ciências da Comunicação – UBI*
- Markttest (2012), *Os Portugueses e as Redes Sociais 2012*, Lisboa, Markttest
- Obercom (2010), *A Imprensa na Sociedade em Rede*, 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
- Olivier, B. e V. Goerke (2007), "Australian undergraduates' use and ownership of emerging technologies: Implications and opportunities for creating engaging learning experiences for the Net Generation", *Australasian Journal of Educational Technology*, 23(2), pp. 171-186
- Prensky, M. (2001), "Digital natives, digital immigrants", *On the Horizon*, 9 (5), pp. 1-6
- Rebelo, J. et al. (2008), *Estudo de Recepção dos Meios de Comunicação Social*, Lisboa, ERC/ISCTE
- Reig Hernández, D. e L. F. Vílchez (2013), *Los Jóvenes en la Era de la hiperconectividad: Tendencias, Claves y Miradas*, Madrid, Fundación Telefónica
- Reig Hernández, D. (2013), "Describiendo al hiperindividuo, el nuevo individuo conectado" in D. Reig Hernández e L. F. Vílchez (2013), *Los Jóvenes en la Era de la hiperconectividad: Tendencias, Claves y Miradas*, Madrid, Fundación Telefónica, pp. 21-90
- Santos, M. L. L. (coord.) (2007), *A Leitura em Portugal*, Lisboa, Gabinete de Estatística e Planeamento da Educação (GEPE) – Ministério da Educação
- Sparrow, B. et al. (2011), "Google effects on memory: Cognitive consequences of having information at our fingertips", *Science*, 333 (6043), pp. 776-778
- União Europeia (2007), *Comunicação da Comissão ao Parlamento Europeu, ao Conselho, ao Comité Económico e Social Europeu e ao Comité das Regiões: Uma Abordagem Europeia da Literacia Mediática no Ambiente Digital (COM 2007. 833)*

Date of submission: April 3, 2014

Date of acceptance: March 27, 2015