

# Cidadania mediática: a internet implica uma revolução dos costumes?

Maria José Brites

## 1. Introdução: Cidadania mediática e jovens portugueses

A internet é, sem dúvida, responsável por um salto de gigante na criação de alternativas participatórias dos cidadãos e muito em especial dos mais jovens. A possibilidade de, por conta e vontade própria, os jovens poderem criar e manter blogues, redes sociais e diferentes plataformas digitais para mostrarem as suas expressões artísticas, manifestarem e fomentarem opinião e mostrarem o que sabem fazer cresceu com o surgimento da internet, em especial a 2.0. Em todo o caso, é importante anotar que a internet por si só não é solução e resposta a diferentes clivagens de acesso, utilização e apropriação dos *media* e não assegura uma expressão valorada de uma cidadania mediática. Ou seja, de uma cidadania reforçada e expressada através dos *media*. Neste capítulo exploramos esta ideia partindo de um estudo de caso em Portugal, recorrendo a uma investigação longitudinal sobre jovens, jornalismo e participação. Esta resultou do acompanhamento ao longo de dois anos de 35 jovens com diferentes formas de participação e de consumo noticioso, bem como com diferentes proveniências culturais, económicas e sociais. O intuito é explorar as práticas de cidadania mediática - relacionadas com consumos noticiosos, práticas de cidadania mediática e expressões da vida quotidiana.

## 2. Condições para uma igualdade cívico-mediática?

As sociedades atuais vivem entre a ideia entusiasta de que o acesso às tecnologias é igualitário e a descoberta de que o caminho a percorrer é longo. Segundo os resultados do Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação (TIC) pelas Famílias realizado em 2013 pelo Instituto Nacional

de Estatística, 66,7% dos agregados familiares residentes em Portugal têm computador em casa e 62,3% têm acesso à internet. Acresce que neste período assistiu-se a uma tendência de aumento, mas em ritmo desacelerado, comparando com anos anteriores (INE, 2013). Noutros países europeus, muito em especial no Norte da Europa, o acesso à internet em casa ronda os 100%. As potencialidades participativas da internet esbarram desde logo na possibilidade de lhe ter acesso de forma cómoda e facilitada.

É, por isso, importante problematizar, ainda que sumariamente, o conceito de geração digital, pelo que não poderemos deixar de recuar à génese. Tapscott (2009), quando designou *Net Generation*, *Millennials* ou *Generation Y*, referia-se aos que nasceram entre 1977 e 1997 e que, segundo o autor, sentem a tecnologia como o ar que respiram. O conceito foi amplamente transportado e acolhido um pouco por todo o mundo, mas Tapscott referia-se especificamente aos nascidos nos Estados Unidos. Será que a designação faz sentido, por exemplo, em países como Portugal? Há outros componentes da vida quotidiana que baralham a possibilidade de atribuímos estas designações, condicionadas por fatores mais vastos, como os políticos, os socioeconómicos e os culturais (PONTE, 2011; PONTE; AROLDI, 2013). Há estudos que apontam para outras implicações, para a existência de uma *geração electrónica*, a dos nativos dos anos 90, neste caso sobretudo caracterizada por usar vários ecrãs (CARDOSO ESPANHA; LAPA; ARAÚJO, 2009). Além disso, é importante anotar que o acesso aos diferentes *media* implica fraturas e diversidades socioculturais; quem tem a possibilidade de aceder a mais *media* corre mais riscos mas, eventualmente, também mais facilmente consegue domesticar os *media* (KOTILAINEN; SUONINEN, 2013; BRITES, 2015).

Quando pensamos em consumo, a internet pode reafirmar capitais sociais e familiares, revelando que nem todas as potencialidades da internet são facilmente exploradas (BRITES, 2010; JORGE; BRITES; FRANCISCO, 2011), criando desse modo entraves a novas conquistas. Assiste-se, ainda, a uma estabilidade face a situações culturais, sociais e educacionais pré-existentes.

O modelo de cultura participatória, principalmente impulsionado e desenvolvido por Henry Jenkins, tem como elementos subjacentes a ideia de que quem participa quer que as contribuições sejam vistas como importantes. Estipula ainda que há relativamente poucas barreiras à participação artística e cívica, há uma maior partilha das criações, uma troca informal de saber entre os que têm conhecimento e os que ainda não o adquiriram e, ainda, a necessidade de ter em conta as opiniões dos outros, ou seja, há um sentimento de interconexão (JENKINS; PURUSHOTMA; WEIGEL; CLINTON; ROBISON, 2006). A

principal crítica que tem sido feita a este paradigma é precisamente o facto de ser associado a quem já é incluído.

Quando pensamos as práticas de cidadania mediática, indicadas pelos olhos dos cidadãos, situamo-nos no âmbito dos estudos de recepção. A evolução dos estudos de recepção pode relacionar-se com a história social, política e mediática (SCHRØDER, 2012). Numa proposta de divisão da pesquisa de audiências em diferentes períodos desde 1973, Schröder aponta para os estádios mais recentes e ligados ao novo milénio que se centram em formas de cidadania participativa e cidadania ubíqua. Nestas duas propostas, Schröder aponta para as inovações tecnológicas e o debate mais ou menos entusiasta que implicam e também para a necessidade de compreender as dinâmicas complexas da participação mediatizada nas vidas quotidianas das sociedades atuais. A sociedade é complexa e um olhar atento aos fenómenos sociais não se compadece com leituras unidirecionais. Na era da internet e da democracia mediatizada, um dos desafios é entender de forma integrada as conexões entre os diversos quotidianos (online e offline) (BANAJ; BUCKINGHAM, 2010; DAHLGREN, 2010; MASCHERONI, 2010) que estão relacionados de forma umbilical. Mesmo quando a internet implica inevitavelmente uma ligação entre cidadãos e participação, essa ligação não funciona sem contextos e acumulação de capacidades e saberes diferenciados.

Uma rede alargada de possibilidades de consumo e de participação não se centra apenas e totalmente no reflexo de capitais acumulados a montante. Tem de ser também construída ao longo da vida, com reforço da vontade própria, acessibilidade e capacidade de o indivíduo superar facilidades e obstáculos (BOURDIEU, 1983). Por isso mesmo, quando pensamos em capital pensamos também em relações de sociabilidade, consumos, apropriações e devolução de conhecimento que cada indivíduo pode promover.

Como aponta Peter Dahlgren, é impressionante a quantidade de oportunidades que os *media* online possibilitam, mas também é preciso ponderar as contingências inerentes a obstáculos que esses mesmos *media* implicam e que a pesquisa empírica pode fazer emergir (DAHLGREN, 2011). O carácter participatório da internet e a sua natureza horizontal são desafiados pela sua própria natureza que oscila entre a interação e a participação. Nico Carpentier alerta para a inequívoca existência de práticas que são mais do foro da interação do que da participação e que, como tal, nem tudo deve ser encarado com participação. O acesso e a interação são tidos como importantes contributos para o processo participatório, mas são distintos de participação, pois têm menor ênfase “em dinâmicas de poder e de decisão” (CARPENTIER, 2011: 28). Este debate

relativamente às possibilidades e fragilidades inerentes às sociedades mediatizadas – que é também um debate sobre as possibilidades digitais maximizadas ou minimizadas – mantém-se atual, inclusive em sociedades ocidentais. Dahlgren alerta que as versões maximalistas da democracia também reforçam formas pré-existent de deliberação e de poder (DAHLGREN, 2013).

### 3. Metodologias traçadas

Considerando como ponto de partida as indicações de práticas de cidadania mediática por parte de crianças e/ou jovens, usámos um corpus composto por 35 jovens (32=15-18 anos; 1=14 anos; 2=21 anos; 16 F e 19 M) com interesses e capacidades diferenciadas em termos de consumo de notícias e participação na sociedade. Possuíam graus/níveis e tipos de participação muito diversificados (Parlamento dos Jovens, assembleia de bairro, juventudes partidárias, jornais escolares, *graffiti*, música), bem como *backgrounds* familiares, educacionais, culturais e económicos muito distintos e competências individuais distintas. Foram realizadas entrevistas semiestruturadas (E1: 2010 e E2: 2011) e grupos de foco (2011).

Este capítulo concentra-se nos cinco perfis que emergiram da análise concentrada nos consumos de notícias e formas de participação autorreportada: (1) *Participantes ocasionais e pouco informados*, (2) *Participantes e consumidores emergentes*, (3) *Participantes politicamente engajados e informados*, (4) *Participantes alternativos e cidadãos online* e (5) *Participantes e consumidores em torno de um projeto do Eu*. Entre estes perfis vamos incidir a análise em cinco participantes que podiam ser considerados representativos de cada perfil. Estes cinco jovens e os seus consumos, ações e capacidades apontam para diferentes práticas de cidadania mediática por parte de crianças e/ou jovens. Entre estes atores que exemplificam os perfis, podemos dizer que o Vasco expressa muito bem uma utilização fragmentária dos *media* enquanto espaços de participação cidadã. Dificuldades económicas dificultam o acesso a determinados *media* e como tal a sua utilização ativa e participativa. Já a Carminho reflete ambivalências de consumo mediático ainda com grande valorização da televisão, mas com um despontar da internet. No que concerne a produção de conteúdos, exemplifica a relação de ambivalência em relação a um dos *media* mais tradicionalmente usados em contexto educativo em Portugal, os jornais escolares. O Joaquim, por seu lado, é um utilizador intenso do *Facebook* para participação ativa e também é um dos poucos participantes a ter tido a possi-

bilidade de participar em jornais tradicionais de circulação nacional e regional. A Jade, uma ativista, é utilizadora da internet e dos fóruns de discussão e aponta para a necessidade de procurar satisfazer um bem comum. Finalmente, o Dário usa o *MySpace* como ferramenta de divulgação do seu trabalho como *Master of Ceremony* (MC).

O objetivo é dar conta de práticas de cidadania mediatizada – relacionadas com consumos noticiosos, práticas de cidadania e expressões da vida quotidiana.

### 4. Perfis e práticas inerentes

No grupo *Participantes ocasionais e pouco informados*, identificámos jovens com um consumo limitado de informação noticiosa e formas de participação concentradas em oportunidades de momento. No contexto familiar há uma escassez de discussão sobre notícias e nos casos em que ela existe é muito centrada na orientação para saber evitar o perigo que ameaça o bem-estar pessoal (desastres, acidentes, doenças). Ou seja, as notícias servem em certa medida para alertar para perigos e ao mesmo tempo satisfazem uma intrínseca curiosidade pelo perigo. As notícias de cariz político são escassas e, quando existem, surgem através da televisão ou são evocadas por conversas familiares, sobretudo tidas pelos adultos. As notícias são obtidas sobretudo através dos meios tradicionais, notando-se uma diminuição destes em comparação com a internet de 2010 para 2011.

As opções do Vasco<sup>1</sup> são precisamente exemplificativas de uma cidadania mediática que depende muito de oportunidades criadas nos seus contextos de proximidade, como o centro do bairro social (assembleia de bairro) onde mora ou a escola (por exemplo quando o professor pede que façam um blogue). São oportunidades fragmentadas e momentâneas que despertam a atenção do envolvido, constituem um motivo de orgulho e até de alguma autoconfiança, mas que não têm continuidade efetiva.

Entre 2010 e 2011, as suas formas de participação autorreportada identificaram isso mesmo: ao contrário de 2010, em 2011 já não participava na assembleia de bairro, o blogue também estava parado e as atividades de participação resumiam-se a comentar em blogues e conversar com colegas.

<sup>1</sup> Aos 17 anos frequentava o 10º ano e num curto espaço de tempo tinha passado por várias escolas, tendo sido obrigado a sair de uma escola de elite (estatal). Mesmo esforçando-se acabou posteriormente por ter dificuldade em encontrar rumo escolar, inclusive pelas dificuldades financeiras que sentia. Vivía com a mãe e o padrasto (ambos com baixa escolaridade) e os irmãos. Não sabia que profissão escolher mas interessava-se por artes.

Ao longo do tempo, o Vasco procurou ultrapassar a exclusão digital no Centro Social e junto de familiares: “Com o telemóvel vou à internet e o meu primo tem internet e recorro aqui ao espaço jovem [Centro Social]”. Com o uso escasso, em termos temporais, também são penalizadas as competências, não só na utilização, mas também na compreensão dos mecanismos e dos termos associados a esses mesmos usos.

O Vasco aproveitava para ler os jornais que um professor levava para a escola, bem como os gratuitos quando andava de metro. As revistas cor-de-rosa, de novelas e da série juvenil *Morangos com Açúcar* são também assinaladas como elementos que vão povoando as referências noticiosas deste grupo, inclusive entre os rapazes.

Relativamente ao blogue, anotava:

“- O blogue foi feito há mais ou menos um ano, foi para a escola, para aprendermos a fazer um blogue, mas eu... como este assunto me interessava, optei por fazer sobre o impacto ambiental, procurei vários assuntos sobre o tema, alguns vídeos e também acrescentei uns joguinhos para lá, mas tudo dentro do tema que procurei.”

- Mantiveste o blogue?

- Ele [blogue] ativo está..., mas depois esqueci-me da password e não atualizei.” (Vasco, E1)

Em 2011, quando se referia ao blogue, chamou a atenção para o modo como era feito (o que pudemos confirmar ao visualizá-lo) e para o facto de os textos que lá colocava serem copiados de outros sítios na internet. Em 2011 referiu-se ainda à participação em outros blogues (nos quais coloca a sua opinião) e à conversa com amigos, como formas de participação. A utilização da internet, ainda que escassa e limitada, até pelo facto de o Vasco não ter computador nem internet em casa (acede em casa de amigos, familiares ou escola), evidencia uma sobrevalorização das suas capacidades para uso criativo que não corresponde à realidade. Isto em certa medida pode ser menos positivo, mas também revela de facto que a internet tem a capacidade de nos fazer sentir mais empoderados.

Já no perfil de *Participantes e consumidores emergentes* há uma transversalidade dos seguintes indicadores: a televisão é um meio preferencial (embora nem sempre exclusivo) para consumo de notícias e o jornalismo televisivo é considerado fundamental do ponto de vista da democracia, embora de 2010 para 2011 a internet também tenha entrado nessa mesma disputa. Ou seja, há uma centralidade da televisão e uma emergência da internet, mas sem identi-

cação com a mesma. Em termos de informação política, a televisiva é a preferida. É discutida no espaço familiar e também no grupo de amigos, sobretudo nas escolas. Em termos de participação, está concentrada, sobretudo no primeiro ano (2010) em formas proporcionadas pela escola, no segundo ano de pesquisa assistiu-se a uma manutenção de algumas formas de participação ou ainda à indicação de novas opções e atividades.

Por altura da primeira entrevista, Carminho (16 anos), que ainda dirigia um dos jornais da sua escola secundária<sup>2</sup>, vivia com a mãe e a irmã. A mãe era licenciada (desempregada) e o pai tinha o 12º ano. Nesta altura, aos 16 anos (11º ano), Carminho disse que queria seguir jornalismo mas optou por advocacia (tendo ingressado em Direito). Empenhada em atividades sociais, seguia as notícias através da televisão, bem como através dos colegas na escola.

Entre 2010 e 2011, Carminho manteve e até incrementou os seus modos de participação<sup>3</sup> que são, aliás, muito diversificados quanto à participação micro e macro nas suas formas convencional e não convencional. Neste perfil, as formas de participação na internet são não só mais intensas do que no anterior como também implicam uma maior capacidade para as estruturar e manter, pois há um reforço da produção própria de conteúdos mediáticos, sobretudo em 2011. No entanto, nem todas as formas de participação significam participação cívica. Há exemplos esporádicos (Carminho) de aplicação prática ao real das formas de participação e as ações coletivas têm especial destaque, muito influenciadas pela participação em manifestações.

Na escola onde a Carminho estudava existiam dois jornais escolares. Um era da alçada oficial da escola e o outro, o que a Carminho dirigia, era suportado pela Associação de Estudantes. Tanto para ela como para os colegas de turma havia uma diferença entre os dois tipos de jornais escolares; no primeiro caso,

<sup>2</sup> Numa pesquisa paralela, na qual nos detivemos sobre a apropriação dos jornais escolares, vantagens e contextos, identificou-se que “todos os rapazes entrevistados escrevem artigos de opinião, assumindo-se mais talhados para esta tarefa do que para a produção de notícias ou reportagens. As raparigas dividem-se entre várias funções, como a escrita da opinião, da notícia e da reportagem. Os elementos que promovem a participação no jornal escolar são diversos. Desde a vontade de enaltecer uma opinião pessoal até à possibilidade de contribuir para um debate entre alunos e na comunidade escolar, passando pela oportunidade de aprender a fazer jornalismo, especialmente por parte de raparigas.” (BRITES, 2011, p. 542). Estes resultados apontam para as pluridimensões que podem ser encontradas, designadamente de género, quando nos referimos a práticas de cidadania mediática.

<sup>3</sup> Juventude partidária (Centro-Direita), escuteiros, Parlamento dos Jovens (pela 2ª vez, neste caso como cabeça de lista); Associação de Estudantes, voluntariado, Facebook.

os professores de alguma forma impunham uma linha editorial e no segundo os alunos eram cidadãos que escolhiam os temas e os tratavam, revelando desta forma uma cidadania mais ativa e consentânea com os seus interesses. Os jovens alunos têm uma imagem bem clara das potencialidades que qualquer uma destas duas formas de fazer jornalismo escolar proporcionam e privilegiam os jornais de iniciativa dos alunos para se expressarem de forma mais livre (BRITES, 2011).

O terceiro perfil que inclui os *Participantes politicamente engajados e informados* é composto pelo conjunto de jovens que mais mostrou apreciar a informação e, em simultâneo, que manifestou uma vontade intensa de participar e implementar ações em prol da comunidade, a nível local ou central e em diferentes tipos de participação (tradicional e não tradicional). Há diversidade de consumo noticioso, através de vários canais, desde os tecnológicos (televisão, jornais de referência, internet) até aos amigos, familiares e pessoas que não se incluem neste grupo restrito. Ao longo do tempo há uma maior consolidação do usos dos *media* digitais. Verifica-se uma continuidade nas formas de participação<sup>4</sup> que são substituídas sobretudo quando as antecedentes deixam de existir. A política é encarada nas suas múltiplas dimensões e a discussão da informação política é alargada. O ciclo social da informação sai, por isso, reforçado. Tudo isto acontece com a prevalência de capitais cívicos acumulados.

Neste grupo encontra-se ainda a maior parte dos jovens que tiveram a oportunidade de escrever para jornais *mainstream*. Importante assinalar que este grupo é constituído por membros de juventudes partidárias, dirigentes de associações de estudantes, pessoas que têm uma forte participação em ações de voluntariado e de ação direta com as comunidades.

Joaquim, com 18 anos, frequentava o primeiro ano da faculdade (Economia). Vivia com a mãe (licenciada) e tinha dois irmãos. O pai era licenciado em Ciência Política. O Joaquim afirmava que a informação é poder, falava de notícias com os pais, os amigos, os colegas, os membros do partido, com as pessoas que não conhecia (mesmo no autocarro).

A semelhança de outros jovens deste grupo, para Joaquim "A informação é a base de tudo. É poder. Ter informação é estar à frente, é ter vantagem" (E1). A informação é entendida como um estado de espírito, uma ferramenta para reforçar formas de entendimento e de participação. É fundamental para se posicionarem nas diferentes arenas em que se movimentam. Neste grupo, estar a par das no-

<sup>4</sup> Juventudes partidárias, partidos políticos, jornais nacionais e regionais, manifestações de rua, blogues de iniciativa própria, voto, escuteiros, presidência da Associação de Estudantes e voluntariado, apenas para dar alguns exemplos.

tícias é tido como um hábito, um vício. Na linha de APPADURAI (2003/1986), encontramos o carburante para um *consumo participativo*.

"- No outro dia fiz isso [colocar uma notícia no Facebook, a propósito do casamento homossexual] e estive três a horas a responder a comentários. Fiz um comentário simples de duas ou três linhas, entraram logo dois comentários, eu fui respondendo, e a entrar num debate online, com pessoas que eram minhas amigas no Facebook, viram o comentário e responderam. Até chegamos a combinar um café para discutirmos aquilo.

- Com pessoas que não conhecias?

- Um ou dois elementos a responder eu conhecia, de outras juventudes partidárias, depois havia outros que eu não conhecia. Quanto mais pessoas integrarem este tipo de debates, melhor" (Joaquim, E1).

Joaquim aponta para o imperativo de saber gerir a informação e de como neste momento prefere a internet como meio informativo:

"- Internet, por uma razão muito simples. Por muito que se possa dizer que na internet há tudo e mais alguma coisa, e por isso ser verdade, há informação má e boa, precisa e pouco fundamentada. A questão é o grande truque do século XXI é conseguires gerir a informação. Logo, se eu quiser uma informação precisa e credível eu é que tenho de saber procurá-la." (Joaquim, E1)

Os *media* tradicionais são ainda encarados como espaços onde a informação é mais manipulada, sobretudo por forças políticas e económicas. Apesar de este discurso ter sido mais vincado junto dos informantes de esquerda, marcou algumas discussões acesas.

"- Lito<sup>5</sup>: O cidadão é altamente manipulável pelos *media* tradicionais, porque têm um poder e um mercado que é só deles e que está concentrado em meia dúzia de mãos e que cria uma cultura. Por isso é que a internet acaba por ser uma cultura muito mais democrática. A democracia existe a partir do momento em que escolhem.

<sup>5</sup> O Lito mantinha dois blogues ativos, um mais ligado à política, que gostava que fosse comentado, e um pessoal e poético, que mantinha para expressar pensamentos, mas que preferia que se mantivesse mais anónimo e menos comentado. Aliás, relativamente aos blogues encontrou-se esta dinâmica: quando serviam um propósito mais vasto (político, ou divulgação de uma atividade desportiva) queriam-se mais comentados e públicos e quando mais intimistas queriam-se menos comentados, sendo sobretudo repositórios de pensamentos pessoais que seriam eventualmente comentados com amigos *offline*.

– Joaquim: Pegando nisto que o Lito está a dizer que a internet é mais democrática, se formos ver um media tradicional, um jornal é limitado a não sei quantas páginas... mas está limitado a páginas e a um espaço, a internet não tem limite. Há notícias que estão na internet, mas não estão no papel por falta de espaço. Há uma opção. Tornam-se mais democráticos os próprios jornais, digamos que o Público no papel mostra uma tendência para um desses lados, mas na internet o site do Público dá acesso a mais artigos e de forma muito mais democrática. Mas a imagem de um jornal tradicional passa por aquilo que é impresso. Há muito mais na net do que no papel.” (GF3)

No grupo de *Participantes alternativos e cidadãos online* constituído, a internet é tida como principal *media*, capaz segundo estes jovens de confrontar a legitimidade das notícias no atual ecossistema. Gostam de notícias sobre temas sociais, políticos e culturais que lhes interessam particularmente (atividades artísticas e ONG), mas que também servem a comunidade em que se inserem; há uma preocupação com o *outro*. De 2010 para 2011 reforçaram atividades de participação e quase todos mantiveram as atividades que mais os interessavam imprimindo-lhes sempre um caráter comunitário, no sentido de as ligarem a uma atividade positiva que estavam a assegurar junto das suas comunidades mais próximas. Os interesses de participação são diversificados, uma vegetariana, uma ativista de ONG e militante de um partido, interessados/participantes em atividades culturais.

O caso da Jade<sup>6</sup> é emblemático. Em 2010 estudava para entrar em Medicina, mas os olhos brilhavam quando falava nas Belas-Artes. Em 2011, acabou por entrar em Veterinária. Comprava revistas de música e usava a internet para saber notícias específicas de ciência e de cultura. “Na internet, depende, não há *Twitter português para notícias, penso eu, mas seria bom, no momento em que acontece toda a gente é informada, temos sempre as notícias no Google e procurar sites. No meio, aparecem notícias e vemos*” (Jade, E1). Para os assuntos mais do foro da atualidade, da crise, Portugal e política, já optava pelo telejornal, mas também recorria ao *YouTube*, para procurar a atualidade.

A Jade relembra as questões da objetividade e da subjetividade e neste caso relativizando mais a objetividade do jornalista, que, afinal, não passa de um

<sup>6</sup> Com 17 anos estudava no 11.º ano (ciência), mas dizia que gostava mesmo era de artes. Acabou por entrar em Veterinária (os animais eram outra das suas paixões), o que se encaixava bem com a sua atividade como vegetariana e convicta defensora dos animais. Viviu com os pais (12.º e 11.º anos). Como afirmou: “Sou completamente pela internet” (E1), o que se verificava na sua ativa participação em fóruns online.

ser humano. A Jade, referindo-se à objetividade no jornalismo, acrescenta: “Há muitos jornalistas a criarem o seu blogue, o seu site e expõem lá as notícias. Isso é bom.” (Jade, E1). Quando se refere às possibilidades dos *media* tradicionais, sobretudo em ambientes familiares, destaca que a televisão ainda é motor central da conversa.

– “Eu acho que as pessoas estão em casa, ligam a televisão e têm um pouco de atividade de discussão, com as pessoas que os acompanham e com os amigos.” (Jade, E2)

Por fim, o grupo de *Participantes e consumidores em torno de um projeto do Eu* apresenta uma coesão centrada na forma positiva como cada um dos informantes se revê e revê as suas capacidades. Denotaram diferenças em termos de formas de participação e de consumo noticioso, sendo estas diferenças concentradas em expressões orientadas para a satisfação do *self*. Estes jovens estão tendencialmente concentrados numa construção autocentrada nas suas vontades e interesses. Um dos dados que ressalta do grupo é o facto de ser constituído apenas por rapazes e aqui poderemos recordar a proposta de António Fidalgo (2010) sobre a construção retórica da personalidade. Este grupo de sete rapazes tem como denominador comum a quase todos uma elevada autoestima, serem interessados pelo meio que os rodeia e por informação específica, sem que pensem essencialmente no bem comum, mas sobretudo em interesses pessoais diversificados: *graffiti* (arte), desporto, política (tradicional e não tradicional). Não são apenas consumidores, mas também produtores de conteúdos online, que servem propósitos pessoais.

Com 17 anos, Dário frequentava o 10.º ano numa escola profissional e nesta fase ainda não tinha ideias claras sobre o que fazer depois de terminar o 12.º ano. Oriundo de uma família nuclear com baixa escolaridade, vivia com os pais e o irmão mais novo. As notícias chegavam-lhe através de conversas com amigos ou da televisão. Apesar de ter como espaço informativo (político) praticamente apenas a televisão, o Dário procura na internet outros assuntos que considera serem relevantes, pessoalmente e no âmbito artístico. O interesse coletivo deverá prever o particular para que se fomentem formas mais duradouras de participação. O MySpace era uma plataforma usada para divulgar trabalho artístico e contribuiu para melhorar as suas capacidades digitais e participativas. Em todo o caso acabou por deixar de parte a conta pessoal, para ganhar mais projeção colectiva numa nova conta partilhada com outros colegas.

“Sim [continua a ter conta no MySpace], mas agora não vou muito lá, acabei por redirecionar o meu trabalho com amigos e tenho um MySpace com eles, para divulgar o trabalho. Eu passei a cantar algumas músicas com eles e eles disseram-me para ficar e eu fiquei com eles.” (E2)

O MySpace destacou-se, em especial entre os entrevistados que produzem música e fazem *graffiti*, como um espaço de participação, mas também de divulgação dos seus trabalhos. Esta vontade de divulgação chega mesmo a assumir uma forma de pretensão de vender o trabalho. Não poderemos fazer uma ligação direta entre esta forma de participação e pensar o coletivo, mas, certamente, e o Diário é disso exemplo, tornou-se potenciadora de capacidades pessoais de participação e de utilização do digital.

## 5. Notas conclusivas

Sem perder de vista a questão inicial deste capítulo: a internet implica uma revolução dos costumes? Podemos dizer que esta análise nos indica que a resposta não segue num sentido absolutamente otimista, mas também não significa uma estagnação. Identificámos várias juventudes e práticas de cidadania mediatizada, através de diversos *media*. Encontrámos práticas de cidadania mediatizada – consumos noticiosos, práticas de cidadania e expressões da vida quotidiana – muito diversificadas que indicam cidadanias mediáticas diferenciadas. Estes cinco perfis dão conta das ambivalências encontradas quando ouvimos os cidadãos e pretendemos enquadrá-los nas suas vidas quotidianas, tentando compreender os porquês e as atitudes e práticas.

Por exemplo, vimos como a simples prática de criar e manter um blogue pode ser tão diferente consoante as capacidades e vontades reais de quem o faz. Além disso, também diferem de acordo com as temáticas e fins que esses mesmos blogues têm.

O *Facebook* assume aqui uma expressão ativa de participação e reflexão, além da mera interação e divertimento, em contextos específicos em que a vontade de participar é prevacente em relação ao tipo de tecnologia.

Os meios digitais adquirem uma maior relevância cidadã em contextos onde já existe uma predisposição para as culturas cívicas e cidadania mediatizada. Mas é de facto de destacar a enorme importância que o digital possibilita em contextos onde os jovens não têm facilidade de acesso às práticas culturais e mediáticas mais onerosas, que implicam maior dispêndio de dinheiro, mostrando

neste caso dependência em relação a oportunidades que se criam nos contextos de maior proximidade. O trabalho a realizar em termos de promoção da literacia cívico-mediática é fundamental e liga-se com a necessidade de promoção de estruturas duradouras que permitam uma qualidade de participação no tempo e na sua intensidade.

Um aspecto essencial que podemos encontrar na leitura destes perfis é a ligação intrínseca que as atividades de participação e de cidadania mediatizada têm relativamente às vontades e expressões quotidianas de cada um dos membros do grupo. Ou seja, conhecer, favorecer e explorar contextos existentes. Por isso, este é um aspeto que terá de ser levado em conta em propostas de facilitação desta mesma cidadania mediatizada e de promoção de uma cultura cívica.

## Referências bibliográficas

- APPADURAI, Arjun. Introduction: Commodities and the politics of value. In: Appadurai, A. (ed.). **The social life of things: Commodities in cultural perspective**. Cambridge: Cambridge University Press, 2003, p. 3-63. ISBN: 0521323517 (Obra original publicada 1986).
- BANAJI, Shakuntala e BUCKINGHAM, David. Young People, the Internet, and Civic Participation: An Overview of Key Findings from the CivicWeb Project. **International Journal of Learning and Media**, 2, 1, 2010, p. 15-24.
- BOURDIEU, Pierre. **The Forms of Capital**. Disponível em: [http://www9.georgetown.edu/faculty/irvinem/theory/Bourdieu-Forms\\_of\\_Capital.html](http://www9.georgetown.edu/faculty/irvinem/theory/Bourdieu-Forms_of_Capital.html). 1983. Acesso em: 25 Abr. 2010.
- BRITES, Maria José. **Jovens e culturas cívicas: Por entre formas de consumo noticioso e de participação**. Universidade da Beira Interior, Covilhã: LabCom Books, 2015. Disponível em: <<http://www.livroslabcom.ubi.pt/book/128>>
- BRITES, Maria José. Jornais escolares e a promoção da literacia cívica e mediática. In: Pereira, S. (coord.). **Literacia, Media e Cidadania – Livro de Actas**. Braga: Ed. CECS, 2011, p. 537-547, ISBN 978-989-97244-1-9. Universidade do Minho, I Congresso Nacional “Literacia, Media e Cidadania”. Disponível em <<http://www.lasics.uminho.pt/OJS/index.php/lmc/article/view/490/462>>
- BRITES, Maria José. Jovens (15-18 anos) e informação noticiosa: a importância dos capitais cultural e tecnológico. **Estudos em Comunicação**, nº 8 – Dezembro 2010, 2010, p. 169-192. Disponível em: <<http://www.ec.ubi.pt/ec/08/pdf/EC08-2010Dez.pdf>>

- CARDOSO, Gustavo, ESPANHA, Rita, LAPA, Tiago e ARAÚJO, Vera. **E-Generation 2008: Os Usos de Media pelas Crianças e Jovens em Portugal**. Lisboa: Obercom, 2009.
- CARPENTIER, Nico. The concept of participation. If they have access and interact, do they really participate? **Communication Management Quarterly**, 21, 2011, p. 13-36.
- DAHLGREN, Peter. Opportunities, Resources, and Dispositions: Young Citizens' Participation and the Web Environment. **International Journal of Learning and Media 2**, 1, 2010, p. 1-13.
- DAHLGREN, Peter. Parameters of online participation: conceptualizing civic contingencies. **Communication Management Quarterly**, 21, 2011, p. 87-110.
- FIDALGO, A. (2010). Da retórica às indústrias da persuasão. In: Ferreira, I. e Gonçalves, G. (org.). **Retórica e Mediatização: As Indústrias da Persuasão**. Covilhã: Livros LabCom, 2010, ISBN: 978-989-654-045-6.
- INE. **Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias 2013**. 2013. Disponível em: <[http://www.google.pt/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CCEQ-FjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.ine.pt%2Fngt\\_server%2Fattachfileu.jsp%3Flook\\_parentBoui%3D206557735%26att\\_display%3Dn%26att\\_download%3Dy&ei=TcyFVN-fEMvcaOmpgoAB&usq=AFQjCNGG5\\_wdQ\\_EiP1Czzn9dH6RQCEGUVg&sig2=Ap4lveuTiM130gC5ks=9-rQ&bvm-bv.80642063.d.d2s](http://www.google.pt/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CCEQ-FjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.ine.pt%2Fngt_server%2Fattachfileu.jsp%3Flook_parentBoui%3D206557735%26att_display%3Dn%26att_download%3Dy&ei=TcyFVN-fEMvcaOmpgoAB&usq=AFQjCNGG5_wdQ_EiP1Czzn9dH6RQCEGUVg&sig2=Ap4lveuTiM130gC5ks=9-rQ&bvm-bv.80642063.d.d2s)>. Acesso em 8 dez. 2013.
- JENKINS, Henry, PURUSHOTMA, Ravi, WEIGEL, Margaret, CLINTON, Katie, e ROBISON, Alice J. **Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century**. Chicago: The MacArthur Foundation, 2006. ISBN 978-0-262-51362-3.
- JORGE, Ana, BRITES, Maria José e FRANCISCO, Kárita. Contactar, entreter, informar: um retrato da inclusão digital de jovens e os seus familiares em Portugal. **Observatório (OBS\*) Journal**, 5, 3, 2011, p. 101-131. Disponível em: <http://obs.obercom.pt/index.php/obs>
- KOTILAINEN, Sirkku e SUONINEN, Annikka. Youth Media Participation: Global Perspectives. **Communication Management Quarterly**, Children's Cultures and Media Cultures, 29, 2013, p. 37-60.
- MASCHERONI, Giovanna. Remediating Participation and Citizenship Practices on Social Network Sites. **Medien Journal**, 3, 2010.
- PONTE, Cristina. Uma geração digital? A influência familiar na experiência mediática de adolescentes. **Sociologia - Problemas e Práticas**, 65, 2010, p. 31-50.

- PONTE, Cristina e AROLDI, Piermarco. Introduction: Children's Cultures and Media Cultures. **Communication Management Quarterly**, 29, Children's Cultures and Media Cultures, 2013, p. 7-16.
- SCHRÖDER, Christian Schröder. From Semiotic Resistance to Civic Agency: Viewing Citizenship Through the Lens of Reception Research 1973-2010. In: Bilandzic, H., Patriarche, G. e Traudt, P.J. (edt.). **The Social Use of Media. Cultural and Social Scientific Perspectives on Audience Research**. London: Intellect. Bristol e Chicago, 2012, p. 179-200, ISBN: 978-1-84150-512-1.
- TAPSCOTT, Don. **Grown Up Digital: How the Net Generation is Changing Your World**. Nova Iorque, Chicago, São Francisco, Lisboa, Londres, Madrid, Cidade do México, Milão, Nova Deli, San Juan, Seul, Singapura, Sydney, Toronto: McGraw-Hill, p. 359, 2009. ISBN: 978-0-07-164155-5.