



2.3.3 • A comunicação mundializada • Utilizações e manipulações da informação e da comunicação

Jovens, práticas digitais e novos riscos em rede

Paula Lopes

A REVOLUÇÃO TECNOLÓGICA e digital tem vindo a transformar e a configurar, de forma complexa e irreversível, a forma como as pessoas comunicam e se relacionam, a moldar os seus modos de vida. A mudança ocorre a grande velocidade: a cultura digital potencia novas formas de interação, novos tipos de sociabilidade, novas possibilidades e oportunidades, mas também novos riscos. É um palco onde diariamente se experimentam “oportunidades arriscadas” (Livingstone, 2013). Este facto é extraordinariamente evidente no mundo juvenil. A evidência empírica tem vindo a revelar que para a *net generation*, os *digital natives*, *millennials* ou a *thumb tribe* (relacionem-se os argumentários com aspetos técnicos, demográficos, socioculturais ou mesmo físicos) o digital é a vida em tempo real. A um nível global, registam-se padrões comuns no mundo digital: a massificação do acesso é impressionante e a intensidade do uso de internet é surpreendente. É um dado incontestável: a vida dos jovens é/está profundamente mediatizada e essa mediatização passa, em larga escala, pelo digital.

O caso português no contexto internacional

Portugal consolidou a sua entrada no mundo digital na última década, sendo considerado a nível internacional um bom exemplo de expansão e de inclusão digital, um exemplo-tipo de transição para a sociedade em rede. Esta democratização do acesso e uso resultou, em larga medida, de um conjunto de políticas públicas que fomentaram a entrada massiva de recursos nas escolas e, por essa via, também nas famílias (como os programas Magalhães, E-Escolas, E-Escolinhas ou Internet nas Escolas, por exemplo). Segundo o Instituto Nacional de Estatística (INE), o índice de utilizadores de internet em Portugal – e sublinhe-se que o valor de utilização de internet é um dos indicadores que caracterizam as sociedades contemporâneas em rede – era de mais de 60% em 2012, contra cerca de 25% em 2003, um número muito expressivo e revelador da transição gradual ainda em curso. Dados mais recentes, recolhidos no âmbito do inquérito “Sociedade em Rede 2014”, (Cardoso & Mendonça, 2014), cujos valores são referentes a 2013, revelam que há 55% de utilizadores de internet em Portugal e que esta prática está particularmente disseminada entre os mais jovens: por exemplo, na faixa etária dos 15 aos 24 anos, os utilizadores de internet representam 94% dos casos. Para além da idade, a escolaridade constitui-se indicador de utilização de internet: quase 93% dos inquiridos com ensino superior afirmam ser utilizadores. A periodicidade

do uso é também bastante elevada: 72,9% dos utilizadores de internet navegam diariamente e quem o faz mais regularmente são os mais jovens, os estudantes e os mais qualificados. Cerca de metade (53,4%) dos utilizadores de internet tem um computador pessoal fixo e 87,3% afirmam ter um computador pessoal portátil. Sublinhe-se que, a nível de equipamentos, já o estudo EU Kids Online realizado em 2010 – aplicado em vinte e cinco países a uma amostra de cerca de mil crianças e jovens por país – havia revelado que Portugal era líder na posse de portáteis pessoais, enquanto na média europeia predominavam os computadores de secretária partilhados. A investigação revelou ainda que, em Portugal, eram as crianças e os jovens de famílias com menos recursos que lideravam na posse de portáteis (68%), facto já explicado como um “efeito Magalhães”.

“
Crianças e jovens relacionam-se, comunicam, socializam em rede cada vez mais cedo e cada vez mais intensamente: e quem mais acede corre mais riscos.”

Ainda numa perspetiva comparada, segundo o Relatório do Desenvolvimento Humano 2014 (Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento – PNUD), a percentagem de utilizadores de internet em Portugal, em 2012, era de 64%. Os países com maior número de utilizadores de internet, tendo por referência o mesmo ano, eram a Noruega, os Países Baixos, a Dinamarca, a Suécia, a Islândia, o Luxemburgo e a Finlândia, todos com valores acima dos 90%. Já a nível da

frequência de utilização de internet, o European Social Survey de 2010 havia revelado que a percentagem de utilizadores que navegam na rede todos os dias é mais elevada na Noruega (67,8%), na Suécia (63,4%) e na Holanda (62,6%).

Ciber-geografias: cinco países, três continentes

As culturas digitais juvenis podem caracterizar-se, a nível global, de forma mais ou menos homogénea: regulares quanto ao acesso, intensas quanto ao uso, idênticas quanto a consumos, arriscadas quanto a práticas em rede. A exploração empírica tem demonstrado que os jovens passam grande parte do seu tempo *online*, numa multiplicidade de práticas digitais mas privilegiando formas de comunicação e de entretenimento, que estão cada vez mais presentes nas redes sociais e que, em relação a riscos e oportunidades, a idade é mais determinante do que o género, o contexto familiar ou o estatuto socioeconómico, por exemplo. A investigação tem revelado também que as competências digitais parecem estar a ser adquiridas intuitivamente pelos mais novos, com pouca (ou, em alguns casos, nenhuma) mediação de adultos (nomeadamente, ao nível da família e da escola).

A análise da tríade “práticas digitais – redes sociais – riscos e vulnerabilidades” ajuda, de alguma forma, a explicar estes resultados. Tomemos por base alguns estudos, nacionais e internacionais (que mobilizam indicadores semelhantes e comparáveis), desenvolvidos em cinco países, em três continentes:

a) Portugal: “Crianças e meios digitais em Portugal: Resultados nacionais do projeto Net Children Go Mobile”, Centro de Estudos de Sociologia da Universidade Nova de Lisboa (CESNOVA). Amostra: 501 crianças e jovens entre os nove e os dezasseis anos. Trabalho de campo: 2014.

DIREITOS DIGITAIS: UMA PASSWORD PARA O FUTURO: UM PROJETO UAL/DECO

Este é o título da publicação assinada pelos professores da Universidade Autónoma de Lisboa, Bruno Carricho Reis, Célia Quintas, Inês Amaral, Paula Lopes (coordenação) que investigaram os mesmos temas, chegando a conclusões semelhantes: numa amostra constituída por 1.814 alunos do ensino Básico (3º Ciclo), Secundário e Profissional residentes nas dezoito capitais de distrito de Portugal Continental – composta em 90,1% por menores de idade, sublinhe-se –, as três atividades preferidas são ouvir música *online* (59,7%), ver filmes/séries/vídeos *online* (56%) e participar em redes sociais (51,6%). Quase 70% dos inquiridos assumem ter perfil em alguma rede social, sendo que o Facebook é a rede favorita destes jovens (85,6%). Em segundo lugar, surge o Twitter (30,7%) seguido do Instagram (25,6%). Nas redes, ainda se registam muitos casos de perfis “públicos” (25%) ou “parcialmente privados” (29,9%) e a partilha de muita (demasiada!) informação: estes jovens publicam fotografias de si próprios (81,3%), revelam o apelido (61,5%), a idade verdadeira (52,3%), o nome da sua escola (51,6%), o seu número de telefone (6%) e até a morada de casa (5,4%). Quanto a riscos e vulnerabilidades no mundo digital, quase 15% assumem que são/foram vítimas de *ciberbullying*, mais de 27% confessam que já se encontraram com desconhecidos que conheceram apenas *online* e 27% afirmam terem sido expostos, sem querer, a conteúdos eróticos ou pornográficos. A recolha de informação decorreu entre março de 2014 e janeiro de 2015. O projeto, resultado de uma parceria entre a Universidade Autónoma de Lisboa e a Associação Portuguesa para a Defesa do Consumidor (DECO), foi financiado pelo Fundo para a Promoção dos Direitos do Consumidor.

b) Brasil: “TIC Kids Online Brasil 2014: Pesquisa sobre o uso da internet por crianças e adolescentes no Brasil”, Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br) – Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (CETIC.br). Amostra: 2.105 crianças e jovens entre os nove e os dezassete anos. Trabalho de campo: 2014 e 2015.

c) Reino Unido: “Net Children Go Mobile: The UK report”, London School of Economics and Political Science (LSE). Amostra: 516 crianças e jovens entre os nove e os dezasseis anos. Trabalho de campo: 2013.

d) Estados Unidos da América: “Teens, social media and privacy”, “Teens, social media & technology overview 2015” e “Teens, technology and friendships 2015”, Pew Research Center’s Internet & American Life Project. Amostra: cerca de 1.000 crianças e jovens entre os doze e os dezasseis anos. Trabalho de campo: 2012, 2014 e 2015.

e) Austrália: “Risks and safety for Australian children on the internet”, CCI – ARC Centre of Excellence for Creative Industries and Information. Amostra: 400 crianças e jovens entre os nove e os dezasseis anos. Trabalho de campo: 2010.

A multiplicação das possibilidades de usos *online* marcou os últimos anos e alterou significativamente o comportamento dos utilizadores. O aparecimento de novos modelos de socialização em rede (como redes sociais *online* ou *micro-blogging*) é exemplo disso mesmo.

Os resultados dos inquéritos feitos realçam o uso de internet enquanto espaço de comunicação (por exemplo, através da navegação em redes sociais *online*) e de entretenimento (por exemplo, para ver vídeos ou ouvir música *online*). A presença em redes sociais é transversal a todos os países, atingindo um valor máximo na ordem dos 80% nos EUA e um valor mínimo de 48% no Reino Unido.

A maioria dos inquiridos nestes cinco países revela ter (pelo menos) um perfil próprio numa rede social *online*. O Facebook lidera as escolhas dos inquiridos que afirmam ter perfil numa rede social, independentemente do seu país de origem, com valores máximos acima dos 90% em Portugal e valores mínimos na casa dos 40% no Reino Unido. Destaque-se o resultado mais diferenciado: o Twitter apresenta valores residuais em Portugal e no Brasil, contrastando fortemente com o número de utilizadores americanos (33%).

Quanto a definições de privacidade nas redes sociais, mais de metade dos inquiridos brasileiros assume que mantém o seu perfil público (ou seja, toda a gente o pode ver) e quase 30% das crianças e jovens portuguesas também o reportam. De forma geral, os inquiridos nos cinco países disponibilizam fotografias de si próprios (resultados entre os 91 e os 76%), o seu apelido (resultados entre os 92 e os 79%) e o nome da sua escola (resultados entre os 71 e os 58%). Mas há informação muito sensível, como a morada de casa ou o número de telefone, que também é partilhada por estas crianças e jovens: por

exemplo, 30% dos brasileiros com perfil numa rede social diz ter publicado *online* o seu número de telefone e 17% disponibilizado a morada de casa. Há ainda uma percentagem muito significativa de inquiridos, nomeadamente portugueses, a assumirem ter recorrido a uma idade falsa, um facto já bem analisado pela equipa responsável pelo estudo “Net Children Go Mobile” em Portugal: a necessidade está mais presente entre os que têm menos de treze anos (segundo os investigadores, cerca de três quartos destes inquiridos reporta-o) e entre os adolescentes – recorde-se que treze anos é a idade mínima para o registo de um perfil no Facebook, a rede social *online* preferida destas crianças e jovens, e que, na verdade, não existem mecanismos que impeçam o registo antes da idade permitida. De qualquer forma, sublinhe-se também que os valores portugueses sobre a informação pessoal disponibilizada *online* estão em sintonia com a média dos outros países europeus, em 2014. Cada vez mais conectada em rede e particularmente exposta a riscos, em resultado de uma possível falta de controlo sobre a informação disponibilizada *online* – pensemos, por exemplo, nos perfis públicos e na diversidade de informação partilhada nas redes sociais –, esta *geração Facebook* parece assumir a internet como um simples benefício, espaço de oportunidade para a comunicação, a expressão, o conhecimento, a informação, desvalorizando o seu potencial enquanto espaço de experiências de abuso, de assédio, de perseguição, de dano. *Ciberbullying*, *sexting*, contacto e encontro com desconhecidos, visualização *online* de imagens de cariz sexual/pornográfico são alguns dos indicadores mobilizados pela investigação científica sobre riscos e vulnerabilidades *online*, nos últimos anos.

No conjunto dos cinco países em análise, o Brasil apresenta valores consideráveis de *ciberbullying* (15%), *sexting* (19%), contacto *online* com desconhecidos *offline* (29%), encontro *offline* com conhecidos *online* (13%) e visualização de imagens sexuais (29%). A percentagem de crianças e jovens que declararam conhecer *online* pessoas que não conheciam *offline* é também bastante significativa nos EUA (57%), Austrália (34%) e Reino Unido (17%). Nos Estados Unidos, 20% dos inquiridos pelo Pew Research Center assumiram já ter tido algum encontro com alguém que conheceram *online*. A visualização *online* de imagens de cariz sexual/pornográfico por crianças e jovens é também recorrente na Austrália (28%).

Da urgência de uma educação para os média

Os dados apresentados apontam o caminho: a educação para os média (Lopes, 2011a, b; 2015a, b) (nomeadamente digitais) como estratégia para minimizar riscos e maximizar capacidades e competências digitais (*digital empowerment*). Colocam em evidência a necessidade urgente de ‘alfabetizar’ crianças e jovens para a vida na sociedade em rede, garantindo

a sua inclusão digital de forma competente, responsável e segura.

As culturas juvenis são marcadas pelos média, em particular, pelos média digitais, e em particular, pelas redes sociais *online*. Crianças e jovens relacionam-se, comunicam, socializam em rede cada vez mais cedo e cada vez mais intensamente: e quem mais acede corre mais riscos (riscos que, convém sublinhar, têm consequências não só *online*, mas frequentemente *offline*, como o *bullying*, por exemplo). Se é certo que as oportunidades no acesso dependem em muito do nosso lugar no mundo (a todos os níveis, nomeadamente geográfico, cultural, socioeconómico ou de contexto familiar, por exemplo), também é certo que a diferença não se faz pelo acesso em si, a possibilidade de acção e a quantidade de interações estabelecidas, mas pela qualidade dessas interações em rede.

Assuma-se a educação para os média e o digital como um direito fundamental de crianças e jovens, assumam-se a necessidade de mediação e a responsabilização de pais e de professores, de governos e de empresas, nomeadamente de média, neste processo. O futuro das novas gerações obriga a um envolvimento coletivo. ■

Referências

- Cardoso, G. & Mendonça, S. (coords.) (2014). *A internet em Portugal: sociedade em rede 2014*. Lisboa, Obercom, disponível em http://www.obercom.pt/client/newsId=548&fileName=internet_portugal_2014.pdf.
- Livingstone, S. (2013). Children’s internet culture: power, change and vulnerability in twenty-first century childhood, in Lemish, D. (org.), *The Routledge International Handbook of children, adolescents and media*, Nova Lorque, Routledge.
- Lopes, P. (2011a). *Literacia(s) e literacia mediática*, CIES, e-working paper nº 110/2011, disponível em http://www.cies.iscte.pt/destaques/documents/CIES-WP110_Lopes_000.pdf.
- Lopes, P. (2011b). *Educação para os média nas sociedades multimediáticas*, CIES e-working paper nº 108/2011, disponível em http://www.cies.iscte.pt/destaques/documents/CIES-WP108_Lopes_000.pdf.
- Lopes, P. (2015a). Literacia mediática e cidadania: uma relação garantida?, *Análise Social*, Vol. I. (3.º), n.º 216, pp. 546-580, disponível em http://analisesocial.ics.ul.pt/documentos/AS_216_a04.pdf.
- Lopes, P. (2015b). Literacia mediática: práticas e competências de adultos em formação na Grande Lisboa, *Observatório (OBS*) Journal*, vol.9 - nº 2, 047-078, disponível em <http://www.scielo.mec.pt/pdf/obs/v9n2/v9n2a03.pdf>.
- Lopes, P. et al (2015c). *Direitos digitais: uma password para o futuro: relatório do inquérito UAI/DECO 2014-2015*. Lisboa, Universidade Autónoma de Lisboa, disponível em <http://hdl.handle.net/11144/1865>.