

## ASSIBERCOM

Associação Ibero-Americana de Pesquisadores da Comunicação  
XV Congresso IBERCOM, Universidade Católica Portuguesa, Lisboa, 16 a 18 de novembro de 2017

# ***Culturas juvenis, culturas digitais: práticas de jovens portugueses e mexicanos***<sup>1</sup>

## ***Youth cultures, digital cultures: practices of young Portuguese and Mexicans***

*Bruno Carriço dos Reis*<sup>2</sup>  
*Paula Cristina do Rosário Lopes*<sup>3</sup>  
*Inês Amaral*<sup>4</sup>

**Resumo:** São jovens portugueses e mexicanos com algo em comum: têm práticas e consumos digitais intensos. Desde uma perspetiva comparativa, apresentamos as suas atividades na rede.

**Palavras-Chave:** Práticas digitais. Consumos digitais. Cultura juvenil.

---

### **Introdução**

A omnipresença de uma cultura digital tem contribuído para a homogeneização de um conjunto de práticas comunicativas que apontam para usos, funções e procedimentos mediáticos tipificados, em particular no *modus operandi* dos “nativos digitais”, atores sociais que cresceram em contexto tecnológico, com padrões de cultura juvenil marcados por consumos de natureza massificada (VILA, 2005) que, segundo Lipovetsky e Serroy (2016), configuram uma “cultura-mundo”.

Sendo uma evidência que os jovens “vivem” o digital como um mundo de novas oportunidades na “sociedade em rede” (CASTELLS, 2001), a sua identidade é fortemente marcada por práticas mediáticas (MAGOS & CARRIÇO REIS, 2015). Essas práticas e consumos dependem do uso que fazem da tecnologia (LIVINGSTONE, COULDRY & MARKHAM, 2007) na era da “convergência” (JENKINS, 2006): em rigor, dependem das

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado à DTI Nº 6 – ‘Comunicação e Cultura Juvenil’ do XV Congresso IBERCOM, Faculdade de Ciências Humanas da Universidade Católica Portuguesa, Lisboa, 16 a 18 de novembro de 2017.

<sup>2</sup> Núcleo de Estudos em Arte, Média e Política (NEAMP/PUC-SP), Universidade Autónoma de Lisboa (UAL) e Universidad Autónoma de Querétaro (UAQ), doutor em Ciências da Comunicação e doutor em Ciências Sociais, [reysbr@gmail.com](mailto:reysbr@gmail.com)

<sup>3</sup> Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (Universidade do Minho) e Universidade Autónoma de Lisboa (UAL), doutorada em Sociologia, [plopes@autonoma.pt](mailto:plopes@autonoma.pt)

<sup>4</sup> Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (Universidade do Minho) e Instituto Superior Miguel, doutorada em Ciências da Comunicação, [inesamaral@gmail.com](mailto:inesamaral@gmail.com)

suas aptidões/ competências/capacidades digitais. Uma segunda evidência: as novas formas de sociabilidade estão impregnadas de benefícios, mas também de riscos, *online* e *offline*.

A investigação científica acerca destas práticas e consumos – mediáticos, digitais – tem-se consolidado robustamente nos últimos anos, um pouco por todo o Mundo, incluindo Portugal (LOPES, 2014; PONTE, SIMÕES, AZEVEDO, FERREIRA & DORETTO, 2014; TOMÉ, BÉVORT & REIA-BAPTISTA, 2015; PEREIRA, PINTO & MOURA, 2015; AMARAL, REIS, LOPES & QUINTAS, 2017) e México (ORTÍZ Y LÓPEZ, 2013; AMIPCI, 2014; FARIAS, 2014; IAB, 2010; ORTÍZ, 2014).

Reconhecendo a importância, relevância e legitimidade desta linha de investigação, e assumindo que inquirir jovens que derivam do processo de transição da adolescência é de uma enorme pertinência (já que permite indagar um período fortemente marcado por tensões e problemáticas diversas), neste trabalho identificamos e comparamos práticas mediáticas e digitais de jovens portugueses e mexicanos, procurando testar a operacionalidade de conceitos e averiguando se a questão etária se sobrepõe aos aspetos de natureza contextual/geográfica.

Nas próximas páginas, apresentamos alguns dos resultados do projeto “Direitos digitais: Uma *password* para o futuro” / “Derechos digitales: Una contraseña para el futuro”, numa primeira fase desenvolvido por investigadores da Universidade Autónoma de Lisboa, em parceria com a DECO – Associação Portuguesa para a Defesa do Consumidor (Portugal, 2014-2015), e numa segunda fase envolvendo investigadores da Universidade Autónoma de Querétaro (México, 2015).

### **Amostra e metodologia**

A proposta metodológica foi desenhada desde uma abordagem quantitativa-extensiva. Foram aplicados inquéritos por questionário em Portugal e no México, obedecendo a um mesmo enunciado com um total de 27 questões, que testam a dimensão de práticas mediáticas e digitais.

Para o efeito, foram considerados os seguintes indicadores: acesso; frequência de uso; atividades na rede; aptidões de usabilidade; práticas sociais em rede; sociabilidade em rede.

No caso português, foram validados 1814 inquéritos (48% de mulheres e 52% de homens), aplicados a estudantes a frequentar o Ensino Básico (3º ciclo), Secundário e Profissional, em

estabelecimentos de ensino nas 18 capitais de distrito de Portugal Continental. A recolha de informação decorreu entre março de 2014 e janeiro de 2015.

No que concerne ao caso mexicano, responderam 600 estudantes de 12 escolas preparatórias e secundárias do município de Querétaro (53% de mulheres e 47% de homens), cujo critério de seleção recaiu em instituições de ensino com mais de 500 alunos matriculados. Em ambos os estudos, a média etária é de 17 anos de idade, o que confere um grau de homogeneidade que permite pensar em termos de práticas juvenis.

### **Primeiros resultados exploratórios dos dados obtidos**

Propomos, com base numa perspetiva comparativa, uma leitura exploratória e descritiva dos resultados obtidos (que tratamos mediante o uso de SPSS). Optaremos, posteriormente, no apartado de notas finais, por realizar uma interpretação mais compreensiva dos dados expostos.

Uma primeira tendência expressiva diz respeito às percentagens de frequência diária de uso de internet registadas em ambos países. Os valores registados, quase 90% no caso português e 86% no caso mexicano, atestam uma prática preponderante no quotidiano juvenil.

Notamos, contudo, estratégias de acesso aos conteúdos digitais algo divergentes. Os jovens mexicanos privilegiam o uso do telemóvel como principal equipamento de conexão (44% dos inquiridos) e o computador agrega 37% das escolhas; no caso português, o computador portátil é o instrumento preferencial, em quase 92% das respostas dadas pelos jovens lusos (seguido pelo uso do telemóvel, com 79% das preferências).

A tendência parece apontar para um sentido de portabilidade do acesso, que potencia uma significativa atividade *on-line* diária, como podemos constatar pelo conjunto de práticas que são identificadas pelos jovens como as que realizam de forma mais recorrente: “ouvir música *online*” congrega a preferência principal (cerca de 60% em Portugal e 43% no México), seguida de “aceder a redes sociais” (52% em Portugal e 38% no México) e “ver vídeos/séries/filmes” (56% em Portugal e 30% no México). Estas três preferências parecem propor um entendimento de uma dada prática juvenil que se centra em consumos culturais muito norteados pela questão musical e audiovisual. Acrescente-se: práticas estas atravessadas por uma lógica relacional que se fomenta pelo uso de redes sociais, como espaço privilegiado de sociabilidade. Concluimos tal facto, levando em linha de conta que o acesso a

## ASSIBERCOM

Associação Ibero-Americana de Pesquisadores da Comunicação  
XV Congresso IBERCOM, Universidade Católica Portuguesa, Lisboa, 16 a 18 de novembro de 2017

redes sociais foi referido pelos jovens de ambos os contextos geográficos como a prática diária preferencial (59% no caso mexicano e 64% no caso português), logo seguida da prática da escuta musical (54% no México e 60% em Portugal).

Interessante notar que nas práticas que foram assinaladas como “nunca realizadas”, obtivemos uma dada conformidade: “ver TV *online*” e “manter um blog”. Os dados parecem confirmar a WWW como um espaço pós-televisivo para as culturas juvenis, onde os jovens configuram uma cultura visual para lá dos conteúdos televisivos convencionais. A questão dos *blogs*, indicia que tal mecanismo de expressão não recolhe o interesse dos jovens. Uma hipótese possível pode prender-se com as funções e recursos expressivos que possibilita: uma produção de periodicidade contínua de natureza reflexiva, lógica diversa das redes sociais, que recolhem as preferências dos jovens e em que 70% dos inquiridos de ambos países possuem pelo menos um perfil (o valor daqueles que não possuem conta é residual; 5,8% no contexto luso e 4,2% no contexto mexicano).

O *Facebook* é a rede social que congrega mais seguidores nos dois países (quase 86% em Portugal e 84% no México), seguido do *Twitter* (cerca de 31% em Portugal e 19% no México) e do *Instagram* (26% em Portugal e 13% no México), com registo de um número significativo de “amigos”, ou seja, conexões e pontos de contacto que conformam um espaço relacional de dia a dia. Um espaço que atende a uma lógica privada (cerca de 44% dos jovens mexicanos configuraram os seus perfis nas redes sociais em “modo fechado” e a cifra para o caso português é ligeiramente inferior, rondando os 40%) e parcialmente privada (no México em 31% dos casos e em Portugal em 29% das respostas obtidas). No caso mexicano, 21% optam por manter os perfis públicos e em Portugal esse número sobe para os 25% dos inquiridos. Cerca de 67% dos jovens mexicanos e 67% de jovens portugueses inquiridos mudaram a sua configuração de conta com o intuito de permitirem apenas aos seus amigos o acesso as informações que são partilhadas, uma percentagem que consideramos muito significativa.

As informações disponibilizadas nas redes sociais mais recorrentes no caso mexicano são: “fotos dos próprios” (81%); “fotos de amigos” (63%); “número de telefone” (53%) e “nome verdadeiros” (49%). Em Portugal, os conteúdos mais comuns são: “fotos dos próprios” (81%); “nome verdadeiro” (76%); “fotos de amigos” (56%) e “as minhas preferências” (56%).

## Notas finais

O interessante de uma análise efetuadas em modo comparativo é a possibilidade de colocarmos os contextos em perspetiva, permitindo-nos aferir com maior consistência particularismos e generalidades daquilo que observamos. Partindo desta premissa, podemos constatar no estudo realizado que as práticas digitais são indissociáveis das culturas juvenis analisadas. Os jovens inquiridos, quer sejam eles portugueses ou mexicanos, estabelecem como procedimento diário um conjunto de práticas mediadas pelas tecnologias. Se, a este facto, somarmos as médias de conexão ao ciberespaço por parte dos jovens estudados (248 minutos para o México e 196 minutos para Portugal) observamos um uso intensivo que baliza uma dada *práxis* juvenil:

- a) Práticas com forte sentido recreativo e de entretenimento, centradas em atividades de consumo musical e audiovisual em *streaming*, o que indicia uma relação desmaterializada com os conteúdos.
- b) As redes sociais assumidas pelos jovens como espaços centrais de atividade digital, lugar de autoexpressão desde uma identidade real e que corporiza de forma expressiva uma rede que privilegia contactos de proximidade.

## Referências

- AMARAL, Inês; REIS, Bruno; LOPES, Paula & QUINTAS, Célia. Práticas e consumos dos jovens portugueses em ambientes digitais. **Estudos em Comunicação**, Nº 24, 2017, pp. 107-131.
- AMIPCI. **Hábitos de los usuarios de Internet en México**. Asociación Mexicana de Internet, 2014. Disponível em [https://www.amipci.org.mx/estudios/habitos\\_de\\_internet/Estudio\\_Habitos\\_del\\_Internauta\\_Mexicano\\_2014\\_V\\_MD.pdf](https://www.amipci.org.mx/estudios/habitos_de_internet/Estudio_Habitos_del_Internauta_Mexicano_2014_V_MD.pdf) (último acesso: 1/09/2017).
- CASTELLS, Manuel. **La galaxia internet**. Barcelona: Plaza & Janés Editores, 2001.
- FARÍAS, A. **Jóvenes universitarios y la construcción de ciudadanía a través de Facebook en el contexto michoacano**. In AMIC (eds.). Memoria electrónica del XXVI Encuentro Nacional de AMIC, San Luis Potosí. México: AMIC, 2014.
- IAB. **Consumo de Medios Digitales en México**. Interactive Advertising Bureau, 2010. Disponível em [http://www.amai.org/datos\\_files/BGJNY3.pdf](http://www.amai.org/datos_files/BGJNY3.pdf) (último acesso: 1/09/2017).
- JENKINS, Henry. **Convergence culture: where old and new media collide**. New York: New York University Press, 2006.
- LIPOVETSKY, Gilles & SERROY, Jean. **A cultura-mundo**. Resposta a uma Sociedade Desorientada. Lisboa: Edições 70, 2016.
- LIVINGSTONE, Sonia; COULDRY, Nick & MARKHAM, Tim. **Youthful steps towards civic participation: does the internet help?** In B. Loader (ed.), *Young citizens in the digital age: political engagement, young people and new media* (pp. 21-34). London: Routledge, 2007.

## ASSIBERCOM

Associação Ibero-Americana de Pesquisadores da Comunicação  
XV Congresso IBERCOM, Universidade Católica Portuguesa, Lisboa, 16 a 18 de novembro de 2017

- LOPES, Paula. **Literacia mediática e cidadania: práticas e competências de adultos em formação na Grande Lisboa.** Lisboa: ISCTE-IUL, 2014. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10071/8666> (último acesso: 22/09/2017).
- MAGOS, Sergio R. & CARRIÇO REIS, Bruno. Los consumos juveniles de música en la era digital: un estudio de caso en la Zona Metropolitana de Querétaro. **Cuadernos de Música, Artes Visuales y Artes Escénicas**, 10 (2), 2015, pp. 171-192.
- Ortiz, G. (2014). **Jóvenes y cultura digital. Nuevos escenarios de interacción social. El capítulo de l@s jóvenes de la Universidad Autónoma Metropolitana, unidad Lerma.** AMIC (eds.). Memoria electrónica del XXVI Encuentro Nacional de AMIC. San Luis Potosí, México: AMIC, 2014.
- ORTIZ, G. y LÓPEZ, R. **Expresión, interacción y activismo social: hacia una construcción de escenarios digitales entre los jóvenes mexicanos.** In CO-PANAM (eds.), Memoria electrónica del VI Encuentro Panamericano de Comunicación. Argentina: CO-PANAM, 2013.
- PEREIRA, Sara; PINTO, Manuel & MOURA, Pedro. **Níveis de literacia mediática: estudo exploratório com jovens do 12º ano.** Braga: CECS-UM, 2015.
- PONTE, Cristina; SIMÕES, José A.; AZEVEDO, Celiana; FERREIRA, Eduarda & DORETTO, Juliana. **Crianças e meios digitais móveis em Portugal: resultados nacionais do projeto Net Children Go Mobile.** Lisboa: CesNova – FCSH-UNL, 2014.
- TOMÉ, Vítor; BÉVORT, Evelyne & REIA-BAPTISTA, Vítor (eds.). **Research on social media: a glocal view/Investigação em media sociais: uma visão glocal.** Castelo Branco: RVJ Editores, 2015.
- VILA, Julio V. Medios de comunicación y socialización juvenil. **Revista de Estudios de Juventud**, N° 68, 2005, pp. 19-31.