
Retrato geracional do consumo *online* de notícias em Portugal: contributos para o debate sobre literacias digitais

A generational portrait of online news consumption in Portugal: contributions to the debate on digital literacies

Tiago Lima Quintanilha*, Miguel Paisana** e Gustavo Cardoso***

**Edição electrónica**

URL: <http://journals.openedition.org/cp/6808>

DOI: 10.4000/cp.6808

ISSN: 2183-2269

Editora

Escola Superior de Comunicação Social

Refêrencia eletrónica

Tiago Lima Quintanilha*, Miguel Paisana** e Gustavo Cardoso***, « Retrato geracional do consumo *online* de notícias em Portugal: contributos para o debate sobre literacias digitais », *Comunicação Pública* [Online], Vol.15 nº 28 | 2020, posto online no dia 29 junho 2020, consultado o 28 junho 2020.
URL : <http://journals.openedition.org/cp/6808> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/cp.6808>

Este documento foi criado de forma automática no dia 28 junho 2020.



Comunicação Pública Este trabalho está licenciado com uma Licença Creative Commons - Atribuição-NãoComercial 4.0 Internacional.

Retrato geracional do consumo *online* de notícias em Portugal: contributos para o debate sobre literacias digitais

A generational portrait of online news consumption in Portugal: contributions to the debate on digital literacies

Tiago Lima Quintanilha*, Miguel Paisana** e Gustavo Cardoso***

NOTA DO EDITOR

Recebido: 2 de Janeiro de 2020

Aceite para publicação: 23 de Janeiro de 2020

NOTA DO AUTOR

*Doutorando em Ciências da Comunicação no ISCTE-IUL. Os seus interesses de investigação situam-se nas áreas de *media*, jornalismo e ciência aberta. É investigador no Observatório da Comunicação em Lisboa (OberCom) e no Centro de Investigação e Estudos de Sociologia no ISCTE-IUL.

**Doutorando em Ciências da Comunicação no ISCTE-IUL. Atua nas áreas das Ciências Sociais, com ênfase em ciências da comunicação, setores da televisão, rádio, imprensa e estudos de Internet. Atua como membro do corpo editorial da revista *Observatorio* desde 2015. Frequenta o terceiro ano do curso de doutoramento em Ciências da Comunicação, no ISCTE-IUL.

***Professor catedrático no ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa (Portugal). Investigador integrado no CIES-IUL. Investigador associado no *Le collège d'études mondiales*. Editor da revista *Observatorio*.

Introdução

- 1 Os estudos sobre literacias digitais e literacias para os *media* são múltiplos e revestem-se de incomensurável importância sempre que existe o impulso de compreender os usos e as apropriações da Internet e dos dispositivos tecnológicos para a consulta *online* de notícias¹, uma vez que a interpretação e a compreensão do consumo *online* de notícias, na sua plenitude, nos permite abraçar o significado mais maximalista do conceito de literacias digitais e das suas diversas camadas.
- 2 Ao longo das duas últimas décadas, estudos sobre formas de consumo de notícias (Bennett, Maton, & Kervin, 2008; van Deursen & van Dijk, 2015) tenderam a reproduzir um discurso hegemónico voltado para os primeiros níveis de divisão digital/*digital divide* (Hargittai & Hinnant, 2008), caracterizados por diferentes competências e literacias digitais (Livingstone, 2008, 2010, 2011) entre os vários grupos populacionais, nomeadamente grupos geracionais. Neste discurso, a população mais envelhecida é tendencialmente percebida como menos apta a fazer uso das diferentes tecnologias digitais para fins específicos (Wu, Damnée, Kerhervé, Ware, & Rigaud, 2015). Com a discussão minimalista do “quem usa?” a perder terreno, são as dimensões do “como e onde usa, e para que fins?” que começam a atravessar os estudos sobre literacias digitais. Neste sentido, propomo-nos pegar numa dimensão muito específica da experiência *online* dos utilizadores de Internet, o consumo de notícias, e perceber se o discurso outrora normativo das literacias digitais – segundo o qual estas variam em função dos grupos geracionais – é extensível ao fenómeno da consulta *online* de notícias em Portugal, ou se, nesta dimensão em específico, estamos perante aquilo que Helsper (2017) definiria como uma mera forma de relativismo social da exclusão digital.
- 3 Com base nos resultados do relatório de 2019 do *Reuters Digital News Report* (RDNR), traçámos uma pergunta de pesquisa principal auxiliada por uma pergunta subsidiária: RQ1 – Quais as principais tendências de usos e apropriação de Internet e dispositivos móveis no consumo *online* de notícias em Portugal, mediante os diferentes escalões etários?; SRQ – Tendo em conta os postulados da teoria social sobre divisão digital, e tendo como ponto de partida os dados do RDNR 2019, podemos falar na presença de aspetos caracterizadores de uma divisão digital de primeira ordem, ou estamos perante um contexto de diluição e esbatimento de diferenças intergeracionais no que às formas de consulta *online* de notícias diz respeito, como é o caso da apropriação de dispositivos tecnológicos para esse fim?

1. Revisão da literatura e enquadramento

- 4 O debate sobre literacias digitais constitui um campo bastante extenso que varre grande parte dos campos multidisciplinares dentro das ciências sociais. Porém, uma vez que a apropriação que fazemos dos dispositivos tecnológicos não constitui um domínio estanque de análise, em resultado da mutação e da variabilidade tecnológicas, mas também, e principalmente, como resultado da relação que cada um de nós estabelece com os diferentes artefactos tecnológicos, qualquer discussão sobre literacias digitais entronca nos limites e nas especificidades do caldeirão de situações e contextos momentâneos. Hague e Payton (2010) definiriam este caldeirão como a multiplicidade das apropriações e dos usos que damos às tecnologias e que são moldados por um

continuum de reconfigurações e aprendizagens ao longo do tempo – os mesmos princípios que norteiam a teoria da modelagem social da tecnologia (Williams & Edge, 1996).

- 5 Para Hague e Payton (2010, p. 20), “as interações das pessoas com as tecnologias digitais são múltiplas, ricas e complexas, numa ampla gama de práticas de literacia digital”.
- 6 A respeito desta plasticidade em torno de um conceito operacionalizado de uma forma mais ampla por Livingstone (2011) como a capacidade que cada pessoa tem de ler e interpretar códigos e convenções a partir de ferramentas tecnológicas, Paisana e Cardoso (2013, p. 39) lembram-nos que “a renovação de linhas de investigação sobre a literacia para os media implica, por diversas razões, um significativo esforço de reintrodução e reestruturação reflexiva do conteúdo simbólico do conceito, em termos teóricos e metodológicos”.
- 7 Adicionalmente, e em termos da leitura diacrónica do conceito, a pletora dos estudos produzidos sobre literacias digitais, ao acompanhar o processo histórico que Morsello (2016) definiu como a digitalização da vida e da forma como esta redefine (e continuará a redefinir) continuamente toda a estrutura das nossas vidas, resultou num enorme conjunto de significados e definições, simultaneamente geradores de convergência metateórica, mas também de antinomias e polissemias. Dentro das antinomias do referencial teórico, a mais emblemática de todas constituiu-se como a institucionalização dos diferentes termos “literacias para os media” e “literacias digitais”, que, a título de exemplo, vieram respetivamente calibrar os conceitos rígidos de “literacia digital” e “literacia para os *media*”, uma vez que “as tecnologias e os seus usos e apropriações são múltiplos e distintos” (Cardoso, Paisana, Lima Quintanilha, & Pais, 2018, p. 6), não se podendo falar de uma única apropriação ou de um uso universalista da miscelânea tecnológica.
- 8 A este respeito, os autores enfatizam que,
de uma visão minimalista, quase alfanumérica, onde interessava conhecer de forma genérica valores de utilização da Internet e dispositivos eletrónicos (É utilizador de Internet? Não é utilizador de Internet? Utiliza no computador? Utiliza no *smartphone*?), evoluiu-se para uma visão mais maximalista, aprofundando contextos e leituras de apropriação e utilização dos vários dispositivos eletrónicos (O que usa? De que forma utiliza? Quando e onde utiliza? Com que finalidade utiliza e qual a motivação para o fazer? Etc.). (Cardoso et al., 2018, p. 6)
- 9 Relativamente à diversidade conceptual e de nomenclaturas, alguns contributos teóricos (Aufderheide & Firestone, 1993; Livingstone, 2011; Silverstone, 2004) acabaram por se destacar, ocupando lugares de charneira nos estudos sobre *media* e literacias.
- 10 É o caso de Aufderheide e Firestone (1993), que começaram por operacionalizar o conceito de “literacia para os *media*” como a capacidade de aceder a mensagens, analisá-las e divulgá-las nas mais diversas formas, nos formatos físicos tradicionais, mas também no formato digital. Para os autores, que na altura assumiam uma visão fundamentalmente comemorativa e entusiástica da tecnologia na possível eliminação das hierarquias no processo comunicacional, todas as pessoas tinham a derradeira oportunidade de se tornar *media* literatas.
- 11 Roger Silverstone (2004, p. 48), que também começou por utilizar o termo “literacia para os *media*”, assumia uma visão semelhante à de Aufderheide e Firestone (1993), no sentido mais tecnoentusiasta, considerando que a “literacia para os *media*” consistia fundamentalmente num pré-requisito para a participação plena na pós-modernidade a

partir de competências capazes de contribuir para um mundo mediado mais equilibrado e escrutinador (Silverstone, 2004). Silverstone atribuía assim à literacia para os *media* uma importância fundamentalmente instrumental e funcional, no sentido da sua contribuição para um mundo de regulação e de prestação de contas que pudesse beneficiar de uma cidadania mais crítica e mais literata na sua relação com os *media*, num mundo primordialmente mediado.

- 12 Mais tarde, Livingstone (2008, 2010, 2011) acabou por se estabelecer como uma das principais autoras fundadoras do termo “literacia digital”, consolidando-o como um paralelo e uma espécie de extensão do conceito mais vasto de literacia para os *media* (Livingstone, 2010, p. 10) e identificando-o, tal como mencionado anteriormente, como a capacidade de ler e decodificar códigos e convenções tirando partido dos diferentes dispositivos tecnológicos orientados por diferentes graus de textualidade e de competências diferenciadoras dentro da população.
- 13 No seu texto *Engaging with media – A matter of literacy?*, Livingstone (2008) acabaria por referir que muito do trabalho voltado para o estudo do envolvimento das pessoas com os *media* passara a estar menos enquadrado com os formatos tradicionais de medição de audiências para passar a estar mais enquadrado com as suas literacias, ainda que existam muitos paralelos entre a análise crítica das audiências e das literacias (Livingstone, 2008).
- 14 Contudo, a estes termos (literacia para os *media* e literacia digital), somaram-se inúmeros outros, como nos lembram Pinto, Pereira, Pereira e Ferreira (2011), autores subsidiários da ideia de que “não é possível ainda o consenso em torno de uma designação única” (2011, p. 21), o que leva investigadores, ainda hoje, a proporem novos trabalhos baseados na calibração dos conceitos (Morduchowicz, 2019).
- 15 Pinto et al. (2011) destacam ainda significados paralelos, como os conceitos de literacia mediática, ou o termo alfabetização mediática, muito usado na América Latina. Afirmam os autores que, “perante a diversidade de designações utilizadas, o importante é conhecer os respetivos enfoques, ou seja, as ênfases que são colocadas em cada conceito” (Pinto et al., 2011, p. 21).
- 16 Adicionalmente, Cardoso et al. (2018, p. 7) recordam-nos que
a própria denominação “literacia para os *media*” resulta de uma tendência teórica para a adição do termo literacia a outros conceitos, numa forma de renovação conceptual. São exemplo disso termos como literacia financeira, literacia digital, literacia emocional, literacia computacional.
- 17 É, no entanto, a compreensão das competências e dos usos diferenciadores de tecnologia, que tem levado, ao longo dos anos, outros investigadores de charneira, como Eszter Hargittai (2008, 2009, 2012), a considerar que a literacia digital está intrinsecamente ligada a um fenómeno de divisão digital² (*digital divide*) de primeiro e segundo níveis que, no final da década passada e no início da presente década, definia quase deterministicamente que, por exemplo, os jovens adultos se posicionavam como o grupo populacional mais fortemente conectado.
- 18 Relativamente ao conceito de divisão digital, van Dijk (2019) recorda-nos que, apesar de se tratar de mais um conceito assente numa miríade de significados³, cuja origem remonta ao ano de 1995, data em que fora usado pela primeira vez em alguns jornais⁴, a mais popular definição aponta para uma divisão entre pessoas que têm acesso aos *media* digitais e os utilizam e aquelas que não o fazem, tratando-se assim de uma definição de primeiro nível assente num único critério de acesso vs. não acesso. Van Dijk (2019, p. 2)

argumenta, no entanto, que conceções posteriores mais maximalistas do conceito já determinam uma diferenciação pela via 1) do acesso a diferentes tecnologias, 2) de diferentes formas de acesso e 3) de diferentes características de quem acede (idade, género, educação, rendimento), numa definição mais ampla que acaba por mimetizar alguns limites associados ao conceito de “literacias digitais” – motivação, acesso físico, competências e utilização.

- 19 Num certo sentido, o conceito de “divisão digital”, segundo a definição unidimensional e uninível mais popular a que se reporta van Dijk (2019), levou à perceção de um mundo essencialmente dialético organizado por uma elite conectada, em contraposição com um grupo de iliteratos digitais ou infoexcluídos, constituindo o grupo de cidadãos mais velhos um dos grupos tradicionalmente mais associados às realidades da infoexclusão e da iliteracia digital. Esta assunção levou por vezes a análises reducionistas do fenómeno, ainda bastante intrincadas nos estudos sobre literacias digitais, eternizando visões mais monolíticas que antagonizam o tal *continuum* de reconfigurações e transformações das relações que diferentes grupos populacionais estabelecem com a tecnologia. Para van Dijk (2019), a metáfora da divisão digital tem sido, assim, organizada de acordo com dois equívocos: 1) um equívoco que pressupõe que a divisão digital é uma divisão simples entre duas únicas categorias sociais claramente antagónicas; 2) e o equívoco de que os hiatos (*gaps*) não são elimináveis, o que redundava numa persistência estrutural das desigualdades.
- 20 Na obra de 2019 de van Dijk, *The Digital Divide*, o autor menciona que um dos problemas de qualquer discussão sobre literacias e divisão digital reside na incapacidade de anular estes dois equívocos de primeira ordem, isto é, o facto de a divisão digital consistir numa divisão simplista entre duas categorias sociais ambivalentes e o facto de esta mesma divisão digital, na forma dos designados hiatos (*gaps*), não ser de fácil eliminação, tendendo por isso para a consolidação de formas persistentes e estruturais de desigualdades digitais. Desta forma, conclui o autor, a divisão digital é enquadrada simplisticamente no termo desigualdade (van Dijk, 2019, p. 4), num quadro conceptual que Helsper (2016) define como um pré-requisito para uma teoria de relativismo social apontada à exclusão social baseada em abordagens estáticas.
- 21 A confrontação entre 1) um trilha teórico normalizador e perpetuador de significados mais unidimensionais da divisão digital e das designadas formas estruturais de desigualdade digital e 2) as bolsas de conhecimento emergentes que relativizam os equívocos e as fragilidades da teoria da divisão digital, denunciados por van Dijk (2019), tem levado à produção de resultados antagónicos no que aos estudos sobre literacias digitais diz respeito. Aqui, uma das dimensões mais problemáticas consiste na avaliação das diferenças e das similitudes dos usos e das apropriações que os diferentes grupos geracionais fazem da Internet e dos produtos que dela refulgem, como é o caso dos produtos noticiosos.
- 22 Relativamente a estas abordagens divergentes, Paul e Stegbauer (2005) já enfatizavam no decorrer da década passada a ideia de que o debate sobre literacias digitais e divisão digital tende a fazer-se em dois polos: o das assunções normativas do discurso sobre divisão digital e desigualdades digitais, que veem nos obstáculos à apropriação da tecnologia pelos mais velhos uma condição para o robustecimento da divisão digital entre gerações; e o polo que se justapõe a um olhar mais pessimista, preferindo destacar o potencial de apropriação das tecnologias por parte de indivíduos seniores, nomeadamente aqueles com mais competências.

- 23 O antagonismo que emana do debate sobre literacias digitais e divisão digital é, assim, bastante vasto.
- 24 A título de exemplo, num recente artigo de Fields (2019), publicado na *TechCrunch*, o título *We are leaving older adults out of the digital world* aponta para a ideia de uma apartação dos americanos mais velhos relativamente ao mundo digital; isto num país onde, em 2015, 78% dos agregados familiares já dispunham de um *laptop* ou computador *desktop* e 77% dos inquiridos tinham Internet⁵. No mesmo artigo é referido que, dos indivíduos com 65 e mais anos de idade que utilizam a *Internet*, cerca de metade declara precisar de ajuda para utilizar estes dispositivos digitais. Para a autora do estudo, são as parcas competências digitais dos idosos que tendem a excluí-los da sociedade e que agravam uma tendência preocupante de isolamento e solidão nesses grupos etários.
- 25 Contudo, um artigo de Anderson e Perrin (2017), com a chancela do *Pew Research Center*, já refere que, apesar de ainda subsistirem alguns sinais de divisão digital entre indivíduos mais novos e indivíduos mais velhos, os utilizadores seniores têm vindo a evidenciar uma conectividade e atividade digitais cada vez maiores, sendo que em certos grupos de seniores, nomeadamente aqueles com maior escolaridade, a apropriação e a utilização das várias tecnologias é hoje similar àquelas registadas em adultos com menos de 65 anos de idade.
- 26 A semelhante conclusão chegam Wu et al. (2015), ao demonstrarem que, apesar de haver ainda uma certa tendência para a autoperceção de uma divisão digital intergrupos geracionais, cada vez mais e mais seniores começam a adotar diferentes tipos de tecnologias de informação, no sentido de potenciarem a sua própria integração dentro da sociedade a partir de um contexto mais vasto de inclusão digital.
- 27 Em resumo, a heterogeneização e a diferenciação nas apropriações e nos usos de tecnologias arrastam consigo a necessidade constante de, tal como defendem Cardoso et al. (2018, p. 7), “atualizar significados e reinterpretar alcances das literacias digitais, redundando na incorporação de mais dimensões capazes de produzir análises diferenciadoras”. É o caso da operacionalização de conceitos cumulativos como o de literacias críticas (*critical literacy skills*) e literacias/competências de segurança (*safety skills*), de Livingstone (2011), conceitos esses que vieram definir e diferenciar níveis superiores de literacia digital associados a mais atividade *online*, além de competências adicionais que, por sua vez, levam a outras competências (Cardoso et al., 2018). É o caso, por exemplo, de um terceiro nível de diferenciação conhecido por literacias noticiosas, que Kajimoto e Fleming (2019) definem como campo emergente dentro das disciplinas de literacia para os *media* e educação jornalística e cuja missão principal passa pelo empoderamento dos cidadãos no sentido da aquisição de competências críticas necessárias à avaliação de relatórios noticiosos e a habilidade de identificar informação de qualidade e factual capazes de incentivar a participação ativa e o envolvimento entre os designados cidadãos bem informados (Kajimoto & Fleming, 2019).
- 28 Na mesma linha, Ashley (2019) observa que, partindo da premissa de que a cidadania informada é um requisito para a autogovernança democrática, as literacias noticiosas, usualmente entendidas como um subdomínio das literacias para os *media*, incluem uma variedade de abordagens com o propósito de ensinar e aprender sobre as melhores formas de analisar e avaliar os conteúdos noticiosos, assim como os contextos em que estas notícias são produzidas. Para Ashley (2019), a eficiência das literacias noticiosas tende para a otimização dos envolvimento cívico e político.

- 29 Sobre estas literacias noticiosas, Brites, Amaral e Catarino (2018, pp. 85-86) alegam que os baixos níveis de literacias noticiosas, juntamente com as baixas literacias mediáticas e o contexto de instantaneidade digital, constituem a tríade de fatores que contribui para a propagação das *fake news*.
- 30 Assim, um dos exemplos destas competências adicionais (Cardoso et al., 2018) – literacias críticas (Livingstone, 2011) e literacias noticiosas (Kajimoto & Fleming, 2019) – é precisamente o da relação dos públicos de notícias com as fontes noticiosas, nesta que é a designada Era da Pós-verdade (Brites et al., 2018, p. 85), na qual a objetividade e os factos sucumbem a um elefante na sala conhecido pelos vícios da desinformação, da incoerência, da propaganda, da conspiração e dos factos alternativos e cujo impacto e dissonância devem ser combatidos por níveis superiores de literacia crítica e literacia de segurança capazes de balizar a experiência *online* dos consumidores de notícias. A este respeito, Brites et al. (2018) observam que, no ambiente instável em que proliferam as *fake news*, importará criar formas de literacia junto das audiências e dos *stakeholders*, em especial junto de professores e jornalistas. Semelhante ideia é refletida por Buckingham (2019), ao considerar que, no contexto das preocupações com as *fake news* e com a desinformação, muitas organizações de *media* se estão a envolver cada vez mais no ensino das literacias noticiosas.
- 31 Desta forma, o consumo *online* de notícias consolida-se com uma das dimensões mais ricas no que diz respeito ao estudo sobre literacias digitais e as suas subdimensões. Isto acontece não apenas porque esse consumo encerra em si um conjunto vastíssimo de possibilidades de análise relacionadas com as apropriações da tecnologia, os seus usos e as suas finalidades no que aos limites da consulta diz respeito (Consome notícias *online*?; Que dispositivos utiliza preferencialmente para esse efeito?; Que fontes noticiosas reúnem a sua preferência?; etc.), mas também porque, num momento em que se debatem fortemente as estruturas de pânico moral associadas ao fenómeno mais amplo das *fake news*, o estudo do consumo *online* de notícias permite ir além das tradicionais tipologias edificadas nos significados mais simples e unidimensionais das literacias digitais. É este ir mais além que permite dissecar igualmente as designadas competências críticas cumulativas que entroncam numa compreensão maximalista do conceito (i.e. Consegue analisar a veracidade de uma notícia? O que faz quando é confrontado com *fake news*?). Em última análise, é quase como incorporar a ideia de que, “no contexto atual, já não pode ser considerada vantagem, por si só, o facto de se conseguir usar dispositivos electrónicos” (Celot, p. 77, 2012, citado por Cardoso et al., 2018, p. 7), sendo que tal constatação tem influência nas leituras que fazemos dos conceitos elencados que vivem de constantes reconfigurações e atualizações epistemológicas.
- 32 A estes dois aspetos soma-se o facto de a própria esfera noticiosa contemporânea ser fortemente diversa, complexa e permeável à inovação. Os constrangimentos impostos às marcas de notícias, sejam eles no campo da produção sejam no campo da distribuição, têm conduzido à proliferação de novos conteúdos noticiosos, novos géneros, novos formatos, novas formas de interagir com dispositivos e, até, de fugir às limitações por eles impostas. Por essa razão, os estudos de literacia aplicados à interação com os conteúdos noticiosos e ao consumo destes são particularmente relevantes, na medida em que atribuem um papel central à gestão da relação do utilizador com a inovação.

- 33 Observando a evolução dos estudos de literacia, em particular na sua relação com a utilização, proficiente ou não, de dispositivos, é compreensível a atribuição de significativa importância a esta dinâmica, na medida em que a inovação no que diz respeito ao *hardware* se transforma numa âncora cronológica e evolutiva relativamente fácil de acompanhar.

2. Estudo e Metodologia

- 34 A elaboração deste artigo privilegia a utilização de dados secundários extraídos de um inquérito representativo da população portuguesa aplicado em 2019 pelo *Reuters Institute for the Study of Journalism*, em colaboração com o Observatório da Comunicação de Lisboa (OberCom), do qual fazem parte os investigadores deste estudo. O principal problema resultante da utilização dos dados secundários remete para o facto de não haver um controlo ou um planeamento integral dos dados por parte de quem os utiliza na forma de dados secundários (Lapa, 2004). Por outro lado, a utilização de dados secundários remete ainda para um excessivo ajustamento dos objetivos teóricos às informações que os dados oferecem (Lapa, 2004).
- 35 No entanto, a análise dos resultados obtidos reveste-se de crucial importância no sentido em que estes dados, depois da descontinuação, em 2013, dos inquéritos *Sociedade em Rede em Portugal*, constituem a derradeira oportunidade de continuar a estudar a experiência *online* dos portugueses e a apropriação de dispositivos tecnológicos para fins vários.
- 36 Apesar de o presente inquérito, que contou com a participação de 2010 pessoas, ter sido dirigido apenas à população utilizadora da Internet, a amostra escolhida segue o critério probabilístico por estratificação, sendo representativa da população portuguesa como um todo, a partir da ponderação de três fatores: idade, género e escolaridade. Apesar de o inquérito ser aplicado em Portugal desde 2015, 2019 é o primeiro ano em que a amostra é sujeita à ponderação por três fatores, tendo sido até aí ponderada a dois (idade e género).
- 37 Uma vez que o presente artigo tenta traçar um retrato geracional do consumo *online* de notícias em Portugal, a variável idade foi situada como variável independente no conjunto de análises realizadas.
- 38 Em todas as áreas científicas, os estudos geracionais, em crescimento nas últimas décadas, constituem uma das formas mais úteis para a compreensão das populações humanas (Yang, 2011). Isto é tão válido nas ciências naturais e da vida, em estudos que exploram os efeitos da idade em mudanças fisiológicas para conhecimento etiológico, como é válido nas ciências sociais, no sentido em que estes estudos permitem refletir de forma mais calibrada sobre as diferentes experiências formativas resultantes da interseção de biografias individuais e influências macrossociais (Yang, 2011).
- 39 Apesar de o critério de recodificação da variável idade por escalões etários utilizado pela equipa do *Reuters* ter seguido a estrutura das cinco classes (18-24; 25-34; 35-44; 45-54; 55+), optámos por adicionar, por recodificação da variável original, uma nova classe (55-64 – que antecede a última classe, 65+), uma vez que considerámos que a definição do limite mínimo da última classe etária deverá localizar-se mais à frente na pirâmide etária, à semelhança daquilo que aconteceu com os relatórios *A Sociedade em Rede em Portugal*, publicados pelo OberCom⁶. Ao acrescentarmos esta classe etária,

pretendemos também resolver um problema que consideramos ser o reflexo do envelhecimento da população portuguesa e que redundava numa sub-representação dos escalões etários menos envelhecidos. Ao dividirmos o escalão etário 55+, definido pela equipa do *Reuters*, em 55-64 e 65+, tornamos as diferentes classes etárias mais coerentes e aproximadas no que respeita ao seu tamanho subamostral.

- 40 A distribuição dos 2010 inquiridos pelos seis escalões etários é então a seguinte: 18-24 anos – 10,6%; 25-34 anos – 15,3%; 35-44 anos – 20,1%; 45-54 anos – 19,4%; 55-64 anos – 25,3%; 65+ anos – 9,3%.
- 41 Na fase de análise dos resultados utilizámos análises bi- e multivariada (análise de correspondências múltiplas), assim como um modelo de regressão linear, de forma a explorarmos de forma mais calibrada os dados disponíveis, com o auxílio do SPSS.
- 42 Dados coligidos nos anos de 2003, 2008, 2010, 2011 e 2013⁷, no âmbito do inquérito Sociedade em Rede, tendem a sugerir que a história comunicacional recente da sociedade portuguesa é, também, a história de uma portabilidade normativa que se impôs ao nível das práticas dos portugueses. Se, em 2003, 72% dos portugueses tinham telemóvel (*smartphone* ou não), em 2013 essa percentagem ascendia aos 95%, observando-se uma tendência semelhante relativamente ao computador portátil: na edição de 2008, apenas 26% dos inquiridos do inquérito Sociedade em Rede possuíam tal dispositivo, face a 57% em 2013. Por oposição, o computador fixo (ou de secretária) registava percentagens de posse de 44% em 2008 e de 36% em 2013, sendo evidente que a pequena e média portabilidade se tornaram a regra em termos de relação dos portugueses com os dispositivos.
- 43 Independentemente de a utilização de dispositivos poder ser ou não uma forma limitada de conceptualizar perfis de literacia, os dados do inquérito *A Sociedade em Rede* são inequívocos na evidência de que os mais jovens tendem a ser rápidos a adotar as novas tecnologias portáteis, nomeadamente o telemóvel, o computador portátil e o *tablet*. Em 2003, 91% dos portugueses entre os 15 e os 24 anos possuíam telemóvel (*smartphone* ou não), face a 24% dos portugueses com 65 e mais anos. Dez anos passados, em 2013, registaram-se percentagens respetivas de 99% e 83%.
- 44 A posse de computador portátil aumentou de forma exponencial entre os mais jovens (15-24), dos 38% em 2003 para os 88% em 2013. Em contraste com este aumento de 50 pontos percentuais em cinco anos, regista-se que apenas 3% dos portugueses com 65 e mais anos tinham computador portátil em 2008, face a 14% em 2013.
- 45 Como afirmado anteriormente, a posse e utilização de dispositivos tecnológicos não é em si mesma, nem por si só, sintomática de perfis de literacia maiores ou menores, sendo, no entanto, fruto dos próprios mecanismos de posicionamento social e estrutural dos indivíduos. Veja-se que o aumento muito significativo da posse de telemóvel entre os mais velhos entre 2003 e 2013 contrasta com o aumento muito modesto da posse de computador portátil. Esta dinâmica relaciona-se não com os dispositivos em si, mas, sim, com as dinâmicas comunicacionais que lhes estão associadas: o telemóvel e o computador portátil são ambos dispositivos portáteis – o primeiro destinado, pelo menos numa fase inicial, à satisfação de necessidades comunicacionais e de sociabilidade imediata, e o segundo, aos horizontes escolar e laboral, pelo que, em termos imediatos, apelam a estratos populacionais e etários distintos.

- 46 Dados mais recentes, obtidos no contexto do inquérito *Reuters Digital News Report*, aplicado em Portugal entre 2015 e 2019⁸, identificam que o *smartphone* terá ultrapassado, entre 2017 e 2019, o computador como o dispositivo mais utilizado pelos portugueses, para qualquer fim. Em 2019, 68% dos portugueses dizem utilizar o computador portátil ou de secretária, face aos 78% de inquiridos que afirmam utilizar *smartphone*. A utilização do *tablet* fica-se pelos 30% em 2019, depois de ter atingido os 41% em 2017 e os 36% em 2018.
- 47 Em todo o caso, a comparação etária das dinâmicas de utilização revela tendências opostas quanto ao computador e ao *smartphone*, sendo o primeiro tendencialmente mais utilizado por indivíduos mais velhos e o segundo por indivíduos mais novos. Virtualmente, as diferenças entre escalões etários em termos de taxa de utilização de computador tendem a acentuar-se mais, com os mais jovens a deixar de utilizar este recurso, sendo que no caso do *smartphone* se observa uma tendência oposta, com os mais velhos a adotarem práticas de utilização que os mais jovens adotaram mais cedo. Veja-se que, em 2015, 76% dos jovens entre os 18 e os 24 anos diziam utilizar *smartphone*, face a 36% dos mais velhos (55 e mais). Passados quatro anos, observam-se percentagens respetivas de 82% e 69%. No caso do computador, em 2015, observavam-se taxas de utilização na ordem dos 74% entre os mais jovens (15-24) e dos 92% entre os mais velhos (55 e mais), registando-se, em 2019, percentagens de 48% e 79%, respetivamente.
- 48 O cruzamento da informação obtida nos inquéritos Sociedade em Rede e *Reuters Digital News Report* corrobora a ideia de que os mais jovens tendem a adotar práticas de utilização tecnológica de forma mais rápida que os mais velhos, sendo mais ágeis também a abandoná-las em favor da utilização de outros recursos tecnológicos mais recentes. Em todo o caso, é importante uma abordagem cuidada no relacionamento direto entre a utilização de dispositivos e de tecnologia, na medida em que outras variáveis, como a intensa atividade escolar, académica e laboral entre os mais jovens, podem ter um peso determinante nesta análise.

3. Resultados

- 49 Analisando os dados relativos ao *Reuters Digital News Report* de 2019, que servem de base a este artigo, e começando pelos números gerais relativos à frequência de utilização da Internet, constatamos desde logo que, entre os inquiridos que utilizam esta tecnologia mais de dez vezes por dia (o valor máximo de resposta), os inquiridos situados nos escalões etários mais elevados estão proporcionalmente menos representados. Significa isto que, à medida que as idades avançam, o número daqueles que declaram utilizar a Internet mais do que dez vezes por dia é um pouco menor. Contudo, o número de inquiridos que declaram utilizar a Internet pelo menos duas vezes por dia é muito significativo em qualquer escalão etário, incluindo os escalões etários mais envelhecidos. Com efeito, 86,5% dos inquiridos que têm entre 55 e 64 anos de idade referem utilizar a Internet pelo menos duas vezes por dia, ao passo que essa percentagem é de 75,9% entre os inquiridos que têm 65 ou mais anos de idade.
- 50 Esta primeira abordagem aos dados coligidos permite-nos constatar que a grande maioria dos utilizadores de Internet inquiridos tende a utilizar diariamente esta tecnologia de forma recorrente, sendo que essa utilização é ainda maior entre os mais jovens (até 34 anos de idade). Neste sentido, e recorrendo a um modelo de regressão

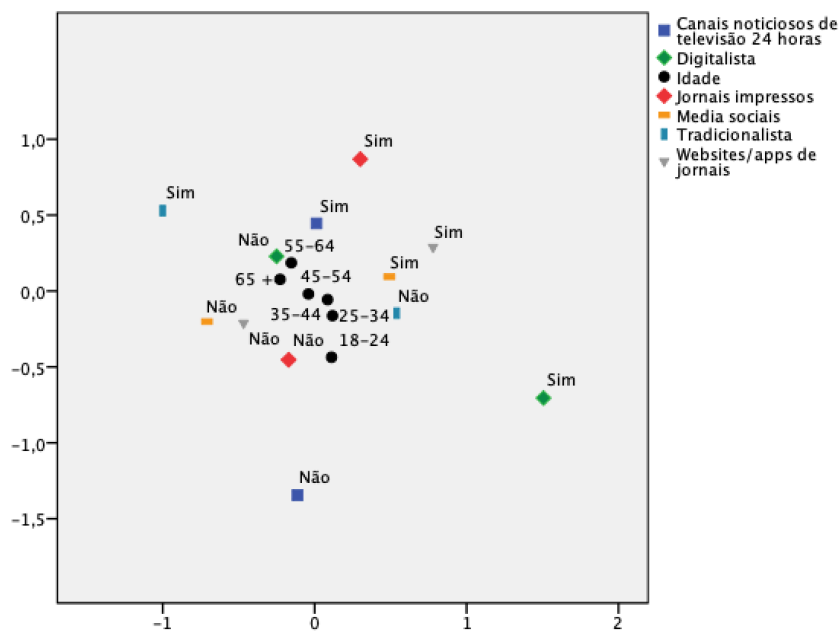
linear em que utilizámos a variável “idade” (por escalões etários) como variável independente, e a variável “frequência de utilização da *Internet* para qualquer fim” como variável dependente, constatamos que a percentagem da variância da variável dependente que é explicada pela variável independente é praticamente nula (Rquadrado de 0,002), o que permite concluir que a variável independente (escalões etários) não influencia o comportamento ou as oscilações da variável dependente (frequência de utilização da *Internet* para qualquer fim).

- 51 Relativamente ao interesse em notícias, observa-se uma tendência oposta ao verificado para o nível de utilização da *Internet*, isto é, os inquiridos mais velhos são tendencialmente aqueles que se declaram mais interessados em notícias (muito ou extremamente interessados).
- 52 No que concerne às modalidades de consulta de notícias, os inquiridos mais velhos são aqueles que tendem a fazer mais uso dos canais de televisão de cariz informativo 24 horas por dia, apesar de, em qualquer escalão etário, o número de inquiridos que declaram utilizar esta modalidade para acesso a notícias ser superior a 50%.
- 53 Relativamente aos jornais no formato físico, e independentemente do escalão etário em análise, apenas uma minoria de inquiridos declara ter utilizado esta modalidade para acesso a notícias na semana anterior à da aplicação do inquérito. No entanto, a proporção de inquiridos que mais declaram ter utilizado esta modalidade é superior entre aqueles que têm 35 ou mais anos de idade, sendo que o escalão em que esta percentagem é maior é o de 55 a 64 anos de idade.
- 54 A mesma tendência é registada para a utilização de programas ou boletins noticiosos na rádio, em que a percentagem de inquiridos com 55 ou mais anos de idade que declaram ter utilizado esta modalidade para acesso a notícias (cerca de 40%) é aproximadamente o dobro daquela registada para o escalão etário 18-24 anos de idade.
- 55 Passando para as modalidades *online*, verificamos que, no que respeita ao acesso a *websites/apps* de jornais, há uma diluição de grandes diferenças de acesso e consulta. Com efeito, o número de inquiridos que declararam ter utilizado estes *websites/apps* de títulos de imprensa para acesso a notícias é inferior entre os inquiridos com 18-24 anos de idade – que são aqueles que se mostram menos interessados em notícias – e superior entre os inquiridos que se posicionam no escalão etário 45-54 anos de idade. Em todo o caso, a proporção de inquiridos em todos os escalões etários que declararam utilizar esta modalidade para acesso a notícias é bastante inferior a 50%, perfazendo um mínimo de 31,9% (18-24 anos de idade) e um máximo de 37,7% (45-54 anos de idade).
- 56 Em sentido inverso, o número de inquiridos que declaram ter utilizado as redes sociais para acesso a notícias é proporcionalmente superior no escalão etário 18-24 anos e progressivamente menor à medida que as idades vão avançando. Com efeito, o número de indivíduos que declaram ter utilizado esta modalidade para acesso a notícias é de cerca de 70% entre os jovens com mais de 18 anos de idade e menos de 24 anos de idade e de 47,1% entre os inquiridos que têm 65 ou mais anos de idade.
- 57 Por outro lado, e quando questionados sobre o seu posicionamento face aos formatos *online* e digital, o número de inquiridos que se declaram digitalistas (que utilizam fundamentalmente os formatos digitais) é superior nos escalões mais jovens (<35 anos de idade), apesar de este valor atingir apenas 22,3% (máximo) entre os inquiridos com idades compreendidas entre os 25 e os 34 anos de idade. Por contraponto, são mais os inquiridos com 55 e mais anos de idade a considerar-se tradicionalistas (ou seja, a

privilegiar fundamentalmente os formatos tradicionais), mesmo que, novamente, a percentagem daqueles que, situando-se nestes escalões etários mais envelhecidos, se caracterizam como tradicionalistas seja sempre inferior a 50% por comparação com aqueles que não se posicionam dessa forma.

- 58 Esta constatação leva-nos à evidência, também a partir dos dados recolhidos⁹, de que cerca de 50% dos inquiridos localizados em todos os escalões etários se autopercecionam como metade digitalistas e metade tradicionalistas, com exceção do escalão etário 45-54 anos de idade (47,8%) e do escalão etário 18-24 anos de idade. Estes dois escalões caracterizam-se como tendo a maior proporção de inquiridos que se autopercecionam como metade digitalistas, metade tradicionalistas.
- 59 Os resultados expostos levaram-nos a proceder a uma análise de correspondência múltipla de perfis de modalidades de acesso a notícias (dimensão A) e de autoperceção do nível de relação com os formatos digitais e tradicionais (dimensão B).
- 60 É com base nesta ACM (figura 1) que registamos uma primeira evidência: os inquiridos situados nos escalões etários mais envelhecidos ainda tendem a estar mais próximos da categoria de resposta “não digitalista exclusivo”, ao passo que os inquiridos posicionados nos escalões etários mais jovens tendem a estar mais próximos da categoria “não tradicionalista exclusivo”.

FIGURA 1: ANÁLISE DE PERFIS DE ACESSO A NOTÍCIAS (MODALIDADES DE ACESSO) E DE AUTOPERCEÇÃO FACE À RELAÇÃO COM O MUNDO DOS FORMATOS DIGITAIS E FORMATOS TRADICIONAIS



Fonte: elaboração própria com base nos dados do *Reuters Digital News Report Portugal, 2019*

- 61 Por outro lado, e apesar de as percentagens no geral ainda serem baixas, os inquiridos afetos ao escalão etário mais elevado (65+) estão, juntamente com os inquiridos pertencentes ao escalão etário mais baixo (18-24), entre os que, proporcionalmente, mais pagaram por notícias *online* no ano anterior.

- 62 No que respeita à utilização de diferentes dispositivos tecnológicos, dimensão historicamente mais revisitada nos estudos sobre literacias digitais, podemos reportar o seguinte conjunto de evidências: 1) os inquiridos mais velhos tendem a utilizar mais o *laptop* e o computador *desktop* para qualquer propósito da sua experiência *online*, ao passo que os inquiridos mais novos tendem a fazer mais uso de *smartphones*; 2) os inquiridos entre os 55 e os 64 anos são os que, proporcionalmente, dentro dos diferentes escalões etários, mais utilizam o *iPad*, sendo que aqueles que têm 65 ou mais anos de idade também utilizam mais o *iPad* do que os inquiridos que têm entre 18 e 24 anos de idade; 3) os inquiridos entre os 55 e os 64 anos de idade são também aqueles que, proporcionalmente, mais utilizam a *connected TV*, sendo que os inquiridos que têm 65 e mais anos de idade utilizam mais este dispositivo do que, por exemplo, os inquiridos situados nos escalões etários 18-24 e 25-34 anos de idade; 4) o número de inquiridos que declararam utilizar *smartwatch* é residual em qualquer um dos escalões etários.
- 63 Por fim, relativamente ao tipo de dispositivos mais utilizados para acesso a notícias, podemos adiantar os seguintes resultados: 1) os inquiridos situados nos primeiros escalões etários (18-24 e 25-34) tendem a utilizar mais os *smartphones* para acesso a notícias, ao passo que os inquiridos localizados nos escalões etários superiores, em especial no escalão 55-64 anos de idade, são aqueles que proporcionalmente mais tendem a utilizar o *laptop* e o *desktop* para acesso a notícias; 2) os inquiridos com idades compreendidas entre os 55 e os 64 anos de idade estão entre aqueles que mais utilizam o *iPad* para acesso a notícias, ao passo que os inquiridos localizados nos escalões 45-54 e 65+ se constituem como os que proporcionalmente mais utilizam um *tablet* de outras marcas (i.e. Samsung) para acesso a notícias *online*; 3) os inquiridos que têm entre 55 e 64 anos de idade voltam a ser os que proporcionalmente mais utilizam a *connected TV* para acesso a notícias.
- 64 No que respeita à relação dos inquiridos com uma das dimensões de análise hoje mais consolidadas nos estudos em comunicação (*fake news* e desinformação), cujo combate ou evitamento poderá ser interpretado à luz das competências críticas definidas por Livingstone (2011), observamos que os inquiridos mais velhos (65+) – apesar de as diferenças para com os restantes escalões etários serem residuais – tendem a concordar mais fortemente com a ideia de que se sentem preocupados com a veracidade ou a falsidade dos conteúdos na Internet. A este respeito, e por contraponto, os inquiridos mais novos (18-24) são aqueles que menos preocupados se declaram perante este tipo de conteúdos. Este é também o único escalão em que menos de 50% dos inquiridos declaram ter por hábito consultar mais do que uma fonte para saber se uma mesma notícia é reportada da mesma maneira. A proporção de inquiridos nos restantes escalões etários que declara consultar mais do que uma fonte para saber se uma notícia é reportada da mesma maneira atinge valores sempre superiores a 50%, sendo que os escalões mais envelhecidos não são exceção à regra. Esta dimensão de verificação sobre a factualidade da notícia pode igualmente ser encarada no contexto mais vasto das literacias críticas para os *media*, na medida em que é indicativa e sintomática de uma relação não-linear e mais complexa com os conteúdos.
- 65 No seguimento do reportado anteriormente, interessa salientar que a proporção de inquiridos por escalão etário que considera ter deixado de consultar determinadas fontes noticiosas por falta de confiança na sua precisão tende a crescer à medida que a idade dos inquiridos aumenta, atingindo o seu máximo entre os inquiridos situados no

escalão etário 65+. Contudo, qualquer que seja o escalão etário em análise, o número de inquiridos que deixam de consultar essas fontes por falta de confiança é sempre inferior a 40% sobre o total das várias subamostras.

4. Discussão

- 66 Começámos a elaboração do presente artigo retendo a ideia de que o consumo *online* de notícias constitui apenas uma pequena dimensão de uma holística muito mais vasta associada às literacias digitais e às suas multicamadas, em que alguns investigadores (Amaral, 2020) chamam a atenção para o facto de a divisão digital ser ainda hoje particularmente evidente entre grupos geracionais distintos. Isto sucede nomeadamente em padrões de utilização dos diferentes dispositivos digitais, sendo que esta divisão digital tem raízes bastante profundas em categorias diferenciadoras dentro das análises sociodemográficas da população (país, situação socioeconómica, região, participação social e cultural, etc.).
- 67 Apesar de os limites desta investigação embicarem no facto de 1) nos reportarmos apenas a uma população utilizadora de Internet e de 2) dissecarmos uma população utilizadora de Internet em que os jovens constituem o grupo geracional caracterizado por um interesse menos acentuado em notícias¹⁰, a análise ao consumo *online* de notícias em Portugal permitiu-nos sustentar algumas observações capazes de, nesta dimensão em concreto, relativizar as conceções mais estáticas sobre literacias digitais e divisão digital, que entroncam em diferenças de apropriação de dispositivos tecnológicos intergrupos geracionais.
- 68 Concluímos que os dados coligidos pelo RDNR, em 2019, pressupõem uma leitura dialéctica, sustentada nas continuidades e nas descontinuidades do discurso seminal das literacias digitais e da divisão digital relativamente à apropriação e aos usos de tecnologias para consulta *online* de notícias em função dos grupos geracionais. Estes dados, que vêm trazer conhecimento adicional ao debate sobre literacias digitais e divisão digital em Portugal, numa dimensão muito específica da experiência *online* dos portugueses (consulta *online* de notícias), puderam ser contextualizados pela leitura longitudinal de inquéritos que os antecederam – inquéritos *Sociedade em Rede em Portugal* e inquéritos RDNR (2015 a 2018). Estes inquéritos, muito resumidamente, atestam a ideia de que a principal característica diferenciadora entre grupos geracionais reside no facto de os mais jovens tenderem a adotar práticas de utilização de tecnologia de forma mais rápida do que os mais velhos, sendo igualmente mais hábeis a abandoná-las em função das novas tecnologias que vão surgindo.
- 69 Contudo, as leituras mais estáticas e unidimensionais sobre literacias digitais e divisão digital, que apontavam para a existência de desigualdades digitais estruturais na apropriação e nos usos de dispositivos tecnológicos para diferentes fins, podem agora ser, de alguma forma, reconfiguradas no que à dimensão específica do consumo *online* de notícias diz respeito.
- 70 Com efeito, apesar de os formatos de consulta de notícias ainda tenderem a perpetuar um discurso mais ou menos normativo, defendendo que os mais jovens tendem a posicionar-se num perfil menos tradicionalista (formatos físicos e tradicionais) e os mais velhos num perfil menos digitalista no que à consulta *online* de notícias diz respeito, observa-se uma certa diluição de diferenças na apropriação e no uso da

tecnologia, outrora vistas como estruturais nos estudos sobre literacias digitais e divisão digital intergrupos geracionais.

- 71 Produziram-se assim algumas leituras que confluem para um esbatimento de aspetos outrora diferenciadores na experiência *online* dos indivíduos em função da sua idade, a saber: 1) não há uma diferença abismal na frequência de utilização da Internet por parte dos diferentes grupos geracionais, com os seniores utilizadores da Internet a assumirem uma frequência de utilização já bastante sólida – a idade já não determina a frequência de utilização da Internet; 2) praticamente metade dos inquiridos com 65 e mais anos de idade (já) faz uso das redes sociais para acesso a notícias; 3) cerca de metade dos inquiridos, independentemente do escalão etário, autopositiona-se como tendo um perfil metade tradicionalista e metade digitalista; 4) apesar de a percentagem de inquiridos que declaram ter pagado por notícias *online* ser residual em todos os escalões etários, os inquiridos com 65 e mais anos de idade estão, juntamente com os mais novos (18-24), entre aqueles que, proporcionalmente, mais pagaram por notícias *online*; 5) a experiência *online* e a apropriação e o uso de tecnologias para consulta de notícias, em função dos grupos geracionais, permitiu concluir que, proporcionalmente, os utilizadores mais velhos e seniores já fazem mais uso de algumas tecnologias do que os utilizadores mais jovens, nomeadamente de *laptop* e *desktop*, *tablets* e *connected tv*.
- 72 Para além disso, e já numa subdimensão das literacias críticas, como é o caso das literacias noticiosas, os inquiridos mais velhos tendem a ser aqueles que mais preocupados estão com as *fake news*, sendo que essa preocupação redundava em níveis maiores de verificação e inquietação perante a veracidade da informação noticiosa lida.

5. Conclusão

- 73 Em conclusão, podemos adiantar que, sendo certo que há uma tendência para os próprios inquiridos mais velhos e seniores se autoavaliarem como tendo um perfil menos digitalista do que os mais novos, não deixa de ser igualmente importante considerar que há um esbatimento de grandes diferenças (históricas) de apropriação e uso de tecnologia para o fim específico do consumo *online* de notícias e da relação que os consumidores estabelecem com essas mesmas notícias no contexto da sua verificação, que é balizada no significado de literacias noticiosas. O conjunto de resultados obtidos e analisados permite assim estabelecer um princípio de diferenciação relativamente aos estudos seminais sobre literacias digitais e divisão digital – os designados equívocos e relativismos sociais do discurso estático operacionalizados por van Dijk (2019) e Helsper (2016) –, ao relativizarem, para a dimensão específica do consumo *online* de notícias, o discurso parcialmente normativo de uma divisão digital suportada em leituras de base geracional. Contudo, salientamos que os resultados apresentados deverão ser posicionados no âmbito da especificidade do objeto de estudo em análise e dos limites da pesquisa.

BIBLIOGRAFIA

- Amaral, I. (2020). Senior citizens and the internet. In D.L. Merskin (Ed.), *The SAGE international encyclopedia of mass media and society*. Thousand Oaks: SAGE.
- Anderson, M., & Perrin, A. (2017, 17 maio). *Tech adoption climbs among older adults*. Pew Research Center. Disponível em: <https://www.pewresearch.org/internet/2017/05/17/technology-use-among-seniors/>
- Ashley, S. (2019). News literacy. In T.P. Vos & F. Hanusch (Eds.), *The international encyclopedia in journalism studies* (pp.1-7). Hoboken: Wiley-Blackwell.
- Aufderheide, P., & Firestone, C.M. (1993). *Media Literacy. A Report of the National Leadership Conference on Media Literacy*. Aspen: Aspen Institute.
- Bennett, S., Maton, K., & Kervin, L. (2008). The “digital natives” debate. *British Journal of Educational Technology*, 39(5), 775-786.
- Brites, M. J., Amaral, I., & Catarino, F. (2018). A era das “fake news”: O digital storytelling como promotor do pensamento crítico. *Journal of Digital Media & Interaction*, 1(1), 85-98. <https://doi.org/10.34624/jdmi.v1i1.928>
- Buckingham, D. (2019). What price news literacy? [Blog post]. Disponível em: <https://davidbuckingham.net/2019/03/21/what-price-news-literacy/>
- Cardoso, G., Paisana, M., Quintanilha, T. L., & Pais, P. C. (2018). *Literacias na Sociedade dos Ecrãs*. Observatório da Comunicação. Disponível em: <https://obercom.pt/wp-content/uploads/2018/03/OberCom2018-Literacias-na-Sociedade-dos-Ecra%CC%83s.pdf>
- Celot, P. (2012). EAVI studies on media literacy in Europe. *Media Studies*, 3(6), 76-82.
- Fields, J. (2019, 5 maio). *We are leaving older adults out of the digital world*. Techcrunch. Disponível em: <https://techcrunch.com/2019/05/05/we-are-leaving-older-adults-out-of-the-digital-world/>
- Hague, C., & Payton, S. (2010). *Digital literacy across the curriculum*. Bristol: Futurelab. Disponível em: <https://www.nfer.ac.uk/publications/futl06/futl06.pdf>
- Hargittai, E., & Hinnant, A. (2008). Digital inequality: Differences in young adults' use of the internet. *Communication Research*, 35(5), 602-621. <https://doi.org/10.1177/0093650208321782>
- Hargittai, E. (2009). An update on survey measures of web-oriented digital literacy. *Social Science Computer Review*, 27(1), 130-137. <https://doi.org/10.1177/0894439308318213>
- Hargittai, E., & Hsieh, Y. P. (2012). Succinct survey measures of web-use skills. *Social Science Computer Review*, 30(1), 95-107. <https://doi.org/10.1177/0894439310397146>
- Harrison, J. (2006). *News*. London: Routledge.
- Helsper, E. (2017). The social relativity of digital exclusion. *Communication Theory*, 27(3), 223-242. <https://doi.org/10.1111/comt.12110>
- Kajimoto, M., & Fleming, J. (2019). News literacy. In J.F. Nussbaum (Ed.), *Oxford research encyclopedia of communication*. Oxford: Oxford University Press.
- Livingstone, S. (2008) Engaging with media: A matter of literacy? *Communication, Culture & Critique*, 1(1), 51-62. <https://doi.org/10.1111/j.1753-9137.2007.00006.x>

- Livingstone, S. (2010) Digital learning and participation among youth: Critical reflections on future research priorities. *International Journal of Learning and Media*, 2(2-3), 1-13. doi:10.1162/IJLM_a_00046
- Livingstone, S. (2011). *Digital literacy and safety skills*. London: LSE Research online.
- Morsello, B. (2016). Digitalization of life: How technology redefine the self in the global context. *EASST Review*, 35(4). Disponível em: <https://easst.net/article/digitalization-of-life-how-technology-redefine-the-self-in-the-global-context/>
- Morduchowicz, R. (2019). Towards a new literacy concept. In J.C. Mateus, P. Andrada & M.T. Quiroz (Eds.), *Media education in Latin America* (pp. 200-210). London: Routledge.
- O'Neill, D., & Harcup, T. (2009). News values and selectivity. In K. Wahl-Jorgensen & T. Hanitzsch (Eds.), *The handbook of journalism studies* (pp. 161-174). London: Routledge.
- Paisana, M., & Cardoso, G. (2013). A literacia como cultura dos média. In G. Cardoso (Ed.), *A sociedade dos ecrãs* (pp.39-65). Lisboa: Tinta da China.
- Palmer, J. (2000). *Spinning into control: News values and source strategies*. London: Leicester University Press.
- Paul, G., & Stegbauer, C. (2005). Is the digital divide between young and elderly people increasing? *First Monday*, 10(10). Disponível em: <https://journals.uic.edu/ojs/index.php/fm/article/view/1286/1206>
- Pinto, M., Pereira, S., Pereira, L., & Ferreira, T.D. (2011). *Educação para os media em Portugal: Experiências, actores e contextos*. Lisboa: Entidade Reguladora para a Comunicação Social.
- Obercom (2016). *Reuters Digital News Report Portugal*. Lisboa: Observatório da Comunicação. Disponível em: https://obercom.pt/wp-content/uploads/2016/09/2016_OBERCOM_Reuters_Digital_News_Report.pdf
- Obercom (2017). *Reuters Digital News Report Portugal*. Lisboa: Observatório da Comunicação. Disponível em: <https://obercom.pt/wp-content/uploads/2017/12/2017-Reuters-Institute-DNR-PT.pdf>
- Obercom (2018). *Reuters Digital News Report Portugal*. Lisboa: Observatório da Comunicação. Disponível em: https://obercom.pt/wp-content/uploads/2018/09/DNR_PT_2018.pdf
- Obercom (2018). *Reuters Digital News Report Portugal*. Lisboa: Observatório da Comunicação. Disponível em: <https://obercom.pt/wp-content/uploads/2019/12/RDNR-WE-SETEMBRO.pdf>
- Richardson, J. (2005). News values. In B. Franklin, M. Hamer, M. Hanna, M. Kinsey, & J. Richardson (Eds.), *Key concepts in journalism studies*, (pp.173-174). London: Sage.
- Silverstone, R. (2004). Regulation, media literacy and media civics. *Media, Culture & Society*, 26(3), 440-449. <https://doi.org/10.1177/0163443704042557>
- van Deursen, A.J.A.M., & van Dijk, J.A.G.M. (2015). Internet skill levels increase, but gaps widen. *Information, Communication & Society*, 18(7), 782-797. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2014.994544>
- Van Dijk, J.A.G.M. (2019). *The digital divide*. Cambridge: Polity.
- William, R., & Edge, D. (1996). The social shaping of technology. *Research Policy*, 25(6), 865-899. [https://doi.org/10.1016/0048-7333\(96\)00885-2](https://doi.org/10.1016/0048-7333(96)00885-2)
- Wu, Y.H, Dammée, S., Kerhervé, H., Ware, C., & Rigaud, A.S. (2015). *Clinical Interventions in Aging*, 10, 193-201. <https://doi.org/10.2147/CIA.S72399>

Yang, Y. (2010). Aging, cohorts, and methods. In R. H. Binstock & L. K. George. (Eds.), *Handbook of aging and the social sciences* (pp. 17-30). Burlington: Elsevier.

NOTAS

1. A própria definição conceptual de notícia tende a assumir contornos mais concretos ou abstratos (O'Neill & Harcup, 2009). Harrison (2006, p. 13) classifica como notícia aquilo que é compreendido como noticiosamente relevante (*newsworthy*) pelos jornalistas, que seguem o seu instinto no contexto das organizações em que operam. Este julgamento é comandado por um entendimento dos valores-notícia, uma operacionalização mítica (Richardson, 2005, p. 173) que é passada de geração em geração de jornalistas, através de treino e sistemas de socialização (Harrison, 2006, p. 153). Esse referencial simbólico estrutura-se como um sistema de critérios que é ativado no processo de decisão sobre o que deve ou não ser incluído, e que aspetos devem ser enfatizados (Palmer, 2000, p. 45). Este processo de decisão ganha, portanto, uma dimensão extraindividual, coletiva, ainda que seja identificável nas decisões tomadas por cada profissional (Palmer, 2000). A definição conceptual de notícia é, portanto, indissociável dos critérios que presidem à seleção do que é ou não relevante em termos noticiosos, sendo também um horizonte de significação fundamental para a compreensão do papel do jornalismo contemporâneo (O'Neill & Harcup, 2009).
2. Livingstone (2008) usou o termo “exclusão digital” e van Dijk (2019) utiliza o termo “desigualdade digital”.
3. O autor (p. 1) enfatiza ainda a ideia de que a polissemia do conceito, ao potenciar controvérsia, rapidamente levou pessoas a descartarem o seu uso.
4. Van Dijk lembra ainda outros termos próximos, usados antes, como “desigualdade informativa” e “hiato (*gap*) de conhecimento”.
5. <https://www.census.gov/content/dam/Census/library/publications/2017/acs/acs-37.pdf>.
6. A Organização Mundial de Saúde (<https://www.who.int/healthinfo/survey/ageingdefnolder/en/>) estabelece que a idade de 60 anos é aquela a partir da qual os indivíduos passam a ser encaixados na categoria de seniores/mais velhos/idosos, apesar de, segundo a mesma organização, a grande maioria dos países desenvolvidos ter fixado a idade mínima de 65 anos como aquela que melhor define a entrada no escalão de seniores/mais velhos.
7. Inquéritos aplicados a amostras representativas da população portuguesa, seguindo o critério probabilístico por estratificação. 2003 n=2450, 2008 n=1039, 2010 n=1255, 2011 n=1250 e 2013 n=1542.
8. Inquéritos aplicados a amostras representativas da população portuguesa, seguindo o critério probabilístico por estratificação. 2015 n=1049, 2016 n=2018, 2017 n=2007, 2018 n=2008 e 2019 n=2010.
9. Categorias de resposta: “tradicionalista”, “digitalista”, “metade digitalista, metade tradicionalista”.
10. É nos escalões etários mais envelhecidos que os inquiridos mais tendem a considerar-se *daily briefers*, mesmo que também seja no escalão 65 + que os inquiridos se declaram proporcionalmente menos “*news lovers*”, para usar as categorias do *Reuters*.

RESUMOS

Com base nos dados de 2019 do *Reuters Digital News Report Portugal* (n=2010), produzimos um retrato geracional do consumo *online* de notícias em Portugal com o objetivo de investigar possíveis (des)continuidades do referencial teórico que molda as discussões sobre literacias digitais e os seus subníveis de análise, nomeadamente no que respeita à discussão sobre a divisão digital entre grupos geracionais.

Concluiu-se que, no âmbito da consulta *online* de notícias em Portugal, os mais jovens constituem o grupo geracional mais afastado do perfil tradicionalista, enquanto os mais velhos e seniores ainda estão mais afastados do perfil digitalista, embora a análise dos dados permita observar um esbatimento das diferenças históricas atribuídas pelo discurso estático sobre literacias digitais e divisão digital intergrupos geracionais relativamente à apropriação e ao uso de tecnologias digitais para diferentes fins.

According to data from the latest *Reuters Digital News Report Portugal 2019* (n = 2010), we produced a generational portrayal of online news consumption in Portugal that allows us to investigate possible (dis)continuities of the theoretical framework that shapes the discussions on digital literacy and its sub-levels of analysis, namely with regard to the discussion of digital divisions between generational groups.

The conclusion was that in the context of online news consumption in Portugal, young people constitute the generational group that is positioned farthest from the traditionalist profile, while the elderly are still far from being able to integrate the digitalist profile, although data analysis suggests a blurring of the historical differences attributed by the static discourse on digital literacies and digital divide between generational groups regarding the appropriation and use of digital technologies for different purposes.

ÍNDICE

Keywords: Reuters Digital News Report 2019 Portugal, online consumption of news, digital literacies, digital divide, generational portrait

Palavras-chave: Reuters Digital News Report Portugal 2019, consumo online de notícias, literacias digitais, divisão digital, retrato geracional

AUTORES

TIAGO LIMA QUINTANILHA*

ISCTE - IUL, CIES-IUL - Centro de Investigação e Estudos de Sociologia (ESPP)
tiagolquintanilha@gmail.com

MIGUEL PAISANA**

ISCTE - IUL, CIES-IUL - Centro de Investigação e Estudos de Sociologia (ESPP)
miguel.paisana@obercom.pt

GUSTAVO CARDOSO***

ISCTE - IUL, CIES-IUL - Centro de Investigação e Estudos de Sociologia (ESPP)
gustavo.cardoso@iscte-iul.pt