



**SOCIEDADE
CRISE E RECONFIGURAÇÕES**

VII CONGRESSO PORTUGUÊS DE SOCIOLOGIA

19 a 22 Junho 2012

Universidade do Porto - Faculdade de Letras - Faculdade de Psicologia e Ciências da Educação

ÁREA TEMÁTICA: Sociologia da Educação

LITERACIA MEDIÁTICA: NOVAS COMPETÊNCIAS PARA INFOADICTOSⁱ

LOPES, Paula Cristina

Mestre em Ciências da Comunicação

CIES-ISCTE-IUL / UAL / FCT

paulalopes@netcabo.pt / paula_cristina_lopes@iscte.pt

RESUMO

Nas culturas multimidiáticas típicas da contemporaneidade, a propagação global e extremamente intensa de informação, em particular via digital e em rede, parece estar a potenciar o nascimento de uma geração de infoadictos. A multiplicação de (novos) meios multiplataforma e a correspondente multiplicação de utilizadores-participantes (Silverstone, 2006) e dos seus conteúdos/mensagens traduz-se na emergência de um novo paradigma sociocomunicacional de grande complexidade. Novas competências interpretativas, críticas e comunicativas são requeridas na sociedade da informação, na sociedade do “tempo-espço comprimido” (Harvey, 1990), e essas competências são, em rigor, competências de literacia mediática.

Esta comunicação – versão abreviada de um dos capítulos de Literacia Mediática e Cidadania, investigação em curso no âmbito do Programa de Doutoramento em Sociologia do ISCTE-IUL, com apoio da FCT – reflecte, por um lado, sobre a centralidade da literacia mediática nas sociedades contemporâneas [evidenciada, de forma mais ou menos explícita, desde a *Declaração de Grünwald sobre a Educação para os Media* (1982)], e, por outro, sobre a pesquisa empírica que tem sido desenvolvida neste domínio de investigação científica (na verdade, ainda manifestamente insuficiente), colocando a tónica numa muito adequada distinção entre avaliação de práticas e avaliação de competências de literacia mediática, reflexão que obriga à identificação rigorosa dos principais estudos e investigadores, tanto a nível nacional como internacional.

ABSTRACT

In the multimedia contemporary societies, the global and very intense spread of information, especially by digital and online media, is giving birth to a new generation of infoaddicts. The proliferation of multiplatform-based means of communication and the multiplication of users as participants (Silverstone, 2006) and their media messages appears to form the basis of a new highly complex socio-communicational paradigm.

New interpretative, critical and communicative skills are required to operate in the information society, in the “compressed time-space” (Harvey, 1990) society, and such basic skills are, indeed, Media literacy skills. The current paper provides a reflection about the central role of Media literacy in the contemporary societies – since the *Grünwald Declaration on Media Education* (1982) – and about the contemporary empirical research on Media literacy, clarifying and distinguishing between practices assessment and skills assessment (identifying researchers and research projects).

Palavras-chave: Literacia mediática; avaliação de práticas; avaliação de competências

Keywords: Media literacy; practices assessment; skills assessment

PAP0119

Nos últimos anos, o conceito de literacia ampliou-se (actualizou-se) com a inevitável inclusão de formas de expressão e comunicação audiovisuais, electrónicas, digitais. Esta ampliação conceptual, ao espelhar múltiplas dimensões das competências básicas de literacia (leitura, escrita e cálculo), traduz o dinamismo e a pluralidade que caracterizam os *rich literate environments*.

O conceito de literacia reveste-se de novos significados, tantos quantas as áreas científicas e os domínios de investigação que o adoptam. Ao ganhar centralidade, o conceito exige maior concretização de sentido. Hoje, um estado da arte neste domínio reflecte essa ampliação e denuncia uma panóplia de “literacias”, uma *bundle of literacies* (Firestone, 2008), que se definem pela referência a factores de vária ordem – sociais, tecnológicos, económicos, etc. São as “multiliteracias” (Selber, 2004) ou as “novas literacias” (Kist, 2005), de que são exemplo a literacia informacional (conceito introduzido por Paul Zurkowski em 1974), a literacia digital (conceito introduzido por Paul Gilster em 1997) ou a literacia mediática: tríade de importância crucial e decisiva nas sociedades multimediáticas – tendo em conta factores como a centralidade dos *media*, o papel da informação na democracia ou o espectacular desenvolvimento das TIC –, que revela, de alguma forma, uma espécie de interdependência e interconexão.

1.1 Literacia mediática: conceito e orientações

A importância da literacia mediática tem sido evidenciada, de forma mais ou menos explícita, desde a *Declaração de Grünwald sobre a Educação para os Media*, de 1982. Na última década, muito especialmente a partir de 2006, a União Europeia tem reflectido sobre literacia mediática, particularmente no âmbito das políticas europeias para os *media* e da Estratégia de Lisboa (2000): fazer da União Europeia a mais competitiva, dinâmica e inclusiva economia mundial baseada no conhecimento.

O início do processo coincide com a criação, em 2006, de um grupo de peritos europeus em literacia mediática (do qual fez parte Vítor Reia-Baptista, da Universidade do Algarve), com o objectivo de definir objectivos e tendências, destacar e promover boas práticas e propor acções neste domínioⁱⁱ. Esse grupo de peritos validou, após consulta pública a especialistas dos estados-membros (organizações e empresas de *media*, instituições de ensino formal e não-formal, fornecedores e produtores de conteúdos, instituições culturais e de investigação, reguladores e associações de cidadãos e consumidores), no último trimestre de 2006, uma definição europeia de literacia mediática:

“Literacia mediática é a capacidade de aceder aos media, de compreender e avaliar de modo crítico os diferentes aspectos dos media e dos seus conteúdos e de criar comunicações em diversos contextos.”

O interesse por este domínio de investigação tem crescido exponencialmente nos últimos anos mas a pesquisa empírica é ainda insuficiente. A medição dos níveis de literacia mediática dos cidadãos – e a sua integração em perfis de literacia mediática – há muito que se constituiu como o “calcanhar de Aquiles” deste domínio. Na verdade, a questão reveste-se de controvérsia – a própria definição do conceito apresenta variações – e as ideias parecem ainda muito pouco claras acerca de “o que medir?”, “como medir?” e “com que instrumentos?”ⁱⁱⁱ. Sem qualquer pretensão de exaustividade, assinalemos os estudos mais relevantes, a nível de avaliação de práticas e de avaliação de competências de literacia mediática.

1.2 Avaliar práticas...

Ao nível da investigação centrada nas práticas de literacia mediática, existem estudos muito relevantes em vários países norte-americanos e europeus, incluindo Portugal. É o caso de *A European Research Project: The Appropriation of New Media by Youth*, estudo de 2006, desenvolvido no âmbito do projecto MEDIAPPRO do programa Safer Internet Action Plan, da Comissão Europeia. O estudo foi coordenado pelo CLEMI e envolveu, entre Janeiro de 2005 e Junho de 2006, diversas universidades, institutos e instituições da sociedade civil de nove países europeus: Bélgica, Dinamarca, Estónia, França, Grécia, Itália, Polónia, Reino Unido e Portugal (a equipa nacional foi coordenada por Vítor Reia-Baptista, da Universidade do

Algarve). A coordenação das equipas de trabalho foi atribuída a Thierry de Smedt e Catherine Geeroms. O objectivo passou pela identificação (e exploração) do processo de apropriação dos novos *media* por cerca de 9.000 jovens entre os 12 e os 18 anos de idade (7.400 europeus). Um estudo semelhante foi desenvolvido, durante o mesmo período, no Quebec, Canadá, e aplicado a cerca de 1.350 jovens na mesma faixa etária, o que veio permitir a integração e comparação de resultados entre países da Europa e da América do Norte. Foram articulados dois tipos de metodologia de investigação: numa primeira fase, a informação foi recolhida através de um inquérito por questionário aplicado ao total da amostra; numa segunda fase, e tendo por base os resultados da primeira, foram seleccionados 240 jovens (24 em cada país) para entrevista, tendo em conta diferentes níveis de utilização de internet, idade e género. As conclusões apontam para o recurso generalizado à internet nos dez países: nove em cada dez jovens declaram utilizar a internet (o valor mais alto regista-se na Estónia, 98%, e o mais baixo em Itália, 78%). Procurar informação é a actividade mais comum em todos os países. A produção de conteúdos é a forma de comunicação menos usada pelos jovens: apenas 18% dizem ter um *site* pessoal ou um blogue. A utilização de internet parece ter reduzido o consumo de televisão e as práticas de leitura de livros. Quanto a telemóveis, 95% dos inquiridos afirmam possuir pelo menos um equipamento.

Ainda no âmbito do programa Safer Internet Action Plan, da Comissão Europeia, o EU Kids Online – entidade nacional parceira: Universidade Nova de Lisboa –, projecto coordenado por Sonia Livingstone e Leslie Haddon, da London School of Economics and Political Science. O EU Kids Online II ouviu, em 2010, um total de 25.000 crianças e jovens entre os 9 e os 16 anos, e 25.000 adultos (um dos pais dessas crianças e jovens) em cada um dos 25 países europeus sobre riscos e segurança *online*. O último relatório conclui, por exemplo, que o uso da internet está totalmente integrado na vida quotidiana das crianças e que as crianças estão a usar a internet cada vez mais cedo. As redes sociais são muito populares: 59% das crianças entre os 9 e os 16 anos têm perfil numa rede social. Quanto a competências digitais, o estudo conclui que mais uso poderá “facilitar” a literacia digital e a segurança, e que os riscos aumentam com a idade. Mais uso traz mais oportunidades e mais benefícios.^{iv}

Muito focados em usos e consumos mediáticos, os estudos elaborados pelo britânico Office of Communications (Ofcom) encontram-se condensados em três áreas de trabalho: crianças (grupos etários 8-11 e 12-15 anos; o último relatório *UK Children's Media Literacy* data de Abril de 2011), adultos (o último relatório *UK Adults Media Literacy* é de Abril de 2011) e países (o último relatório –*Adults Media Literacy in the Nations* foi publicado em Maio de 2010).

Em Portugal, e partilhando as mesmas linhas de investigação do Ofcom, o destaque vai para o Observatório da Comunicação (Obercom). São da sua responsabilidade os mais importantes estudos sobre consumos mediáticos, particularmente ao nível digital. *A Utilização da Internet em Portugal* (2010) – estudo realizado no quadro do World Internet Project (WIP) –, *A Sociedade em Rede em Portugal 2010. Cinema nos Múltiplos Ecrãs* (2010) – especialmente dedicado ao consumo de cinema – ou *Nativos Digitais Portugueses: Idade, Experiência e Esferas de Utilização das TIC* (2010) são alguns dos mais recentes trabalhos disponibilizados pelo Obercom no seu sítio de internet.

O Instituto Nacional de Estatística (INE) tem desenvolvido trabalho muito relevante na produção e divulgação de informação estatística oficial acerca da sociedade da informação e do conhecimento. Estudos como *Sociedade da Informação em Portugal* (publicações: 2007, 2008, 2009), *Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias* ou *Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação nas Empresas* – realizados anualmente, seguindo recomendações metodológicas do Eurostat – constituem-se como bons exemplos do trabalho de grande qualidade do INE.

Mais uma referência em português: o *Estudo de Recepção dos Meios de Comunicação Social*, coordenado pelo sociólogo do ISCTE-IUL José Rebelo. Este estudo, uma iniciativa da Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) desenvolvida por um grupo de investigadores de diversas universidades, incide sobre usos e consumos de *media* em Portugal. Foi apresentado em 2008.

Na Austrália, programas e actividades de literacia mediática digital são promovidas pela Australian Communication and Media Authority (ACMA). A ACMA é um dos membros fundadores do International

Media Literacy Research Forum (IMLRF), um sítio de partilha de conhecimento a nível global. Esta interessante plataforma para investigadores e profissionais de todo o mundo agrega contribuições institucionais e individuais provenientes – para além da Austrália – do Canadá, Irlanda, Nova Zelândia, Reino Unido, Estados Unidos da América e Grécia.

1.3 ... e competências

Ao nível da investigação centrada em competências de literacia mediática, a primeira referência vai necessariamente para o *Media analysis: Performance in media in Western Australian government schools 1991*, comumente considerado o primeiro estudo do Mundo a ousar a avaliação de competências neste domínio. O trabalho de Robyn Quin e Barrie McMahon, investigadores australianos – publicado pelo Ministério da Educação da Austrália, em 1991, e reeditado no *Canadian Journal of Educational Communication*, em 1993 –, visou a compreensão e análise de conteúdos mediáticos (um *clip* de uma *sitcom* televisiva e um anúncio publicitário impresso) junto de uma amostra de 1500 estudantes australianos do ensino secundário. Os investigadores concluíram que menos de 10% dos alunos se enquadram num “nível elevado” de literacia mediática. A maior parte destes alunos possui competências básicas de análise [as competências de “baixo valor” (*little value*)], não estando alcançado um nível no qual as competências possam ser usadas com eficácia.

Em 1995, Quin e McMahon conceberam e aplicaram dois testes a um painel de professores (*cf. Evaluating standards in media education*). O primeiro teste tinha por base anúncios publicitários impressos; o segundo, um pequeno filme televisivo de 12 minutos. Ambos os testes incidiam, por exemplo, sobre a linguagem, a narrativa e a audiência.

Alguns anos mais tarde, em 2003, Renee Hobbs e Richard Frost desenvolvem, pela adaptação do “modelo” de Quin e McMahon, um instrumento de medida para avaliação de competências de estudantes, tais como a capacidade de identificar o propósito ou finalidade de um texto, a audiência, o ponto de vista, as construções técnicas usadas nas mensagens mediáticas e a capacidade de identificar informação omissa em notícias em formato texto, áudio e audiovisual: o *Measuring the acquisition of media literacy skills*.

Edward Arke escreve *Media literacy and critical thinking: Is there a connection?*, em 2005, a sua dissertação de doutoramento. Arke adopta o teste de medição de competências desenvolvido por Hobbs e Frost, em 2003, e aplica-o a uma turma (34 alunos) na Duquesne University. Uma semana mais tarde, administra o California Critical Thinking Skills Test (CCTST) – um conjunto de escalas para análise e interpretação, avaliação e explanação, inferência, raciocínio dedutivo e raciocínio indutivo – aos alunos da mesma turma e estabelece comparações: conclui pela correlação muito significativa entre mais competências de literacia mediática e mais competências ao nível do espírito crítico. Recorde-se que já em 1999 Mira Feuerstein havia comprovado os efeitos da educação para os *media* na aquisição de competências de literacia mediática. Em *Media literacy in support of critical thinking*, Feuerstein testa esta relação junto de 273 crianças entre os 10 e os 12 anos, em seis escolas primárias israelitas. Conclui que os alunos desenvolvem as suas competências através de um programa de educação para os *media*, mostrando ganhos significativos em análise de mensagens mediáticas e sentido crítico: “à medida que os alunos evoluem na sua experiência de literacia mediática demonstram grandes capacidades de análise mediática e de espírito crítico” (Feuerstein, 1999, p. 51).

Beyond cynicism. How media literacy can make students more engaged citizens (2008), de Paul Mihailidis, director da Salzburg Academy on Media and Global Change, é também uma dissertação de doutoramento. Neste trabalho, Mihailidis avalia práticas e competências de literacia mediática junto de uma amostra de 239 estudantes da University of Maryland. Por um lado, a investigação centra-se na avaliação de *outcomes* após a realização de um curso de educação para os *media* (Maryland’s Media Literacy Course); por outro, na revelação da opinião dos estudantes (um grupo de 27 alunos, divididos em três grupos de discussão) acerca do papel dos *media* na sociedade civil e do valor da própria educação para os *media*. Mihailidis conclui que os alunos que frequentaram o curso desenvolveram competências ao nível da compreensão, análise e avaliação de mensagens mediáticas presentes na imprensa, rádio e televisão (os três meios de comunicação

social estudados). Os *focus groups* revelaram jovens cínicos e negativos acerca do papel dos *media* na sociedade. O autor afirma que a educação para os *media* deve focar-se na conexão entre as competências de espírito crítico e o entendimento do papel dos *media* na sociedade civil.

Edward Arke e Brian Primack publicam, em 2009, *Quantifying media literacy: Development, reliability and validity of a new measure*. Os objectivos centrais deste estudo passaram, em primeiro lugar, pelo desenvolvimento de um instrumento de medida (piloto) de avaliação de competências de literacia mediática e, em segundo, pela validação (teste) das suas propriedades psicométricas. Os autores criaram um modelo conceptual com cinco domínios (reconhecimento, propósito, ponto de vista, técnica, avaliação), que encontram correspondência nas competências de literacia mediática identificadas por Patricia Aufderheide (acesso, análise, avaliação, por exemplo) e na taxonomia de Benjamim Bloom (no domínio cognitivo, Bloom identifica seis objectivos de aprendizagem: conhecimento, compreensão, aplicação, análise, síntese, avaliação). Arke e Primack concebem sete medidas a aplicar nos cinco domínios. Os itens objecto de avaliação são: factos; propósito ou finalidade da mensagem; fontes de informação e pontos de vista omissos; formas de atrair e manter a atenção; atitudes e sentimentos após leitura, audição ou visionamento, e por fim determinação do que sugere a informação. Para a avaliação do espírito crítico/sentido crítico, optam pela aplicação do California Critical Thinking Skills Test. Arke e Primack concluem pela boa consistência interna do seu modelo de análise e, como esperado, pela correlação entre a escala de literacia mediática e a medida de espírito crítico. A amostra foi constituída por 34 estudantes de Comunicação de um colégio católico e liberal da Pensilvânia.

Uma nota para um estudo curioso: *Association of various components of media literacy and adolescent smoking*, de Brian Primack e Renee Hobbs (2009). Os investigadores pretendiam determinar quais os aspectos de literacia mediática fortemente associados ao consumo de tabaco, a partir de mensagens mediáticas pro-tabagismo. Para o efeito, constroem e validam um novo instrumento de medida, concebido com base em métodos psicométricos, e procedem à sua aplicação junto de uma amostra de 1.211 estudantes do ensino secundário, 19% dos quais fumadores. No final, concluem pela existência de uma relação entre competências de literacia mediática e tabagismo: os alunos com níveis de literacia mediática mais elevados são os menos susceptíveis ao tabagismo. O aumento de competências de literacia mediática parece ter um impacto significativo nas taxas de tabagismo na adolescência.

A fechar este ponto, ainda uma referência breve a três projectos particularmente interessantes:

- Moving Image, Media, Print Literacy and Narrative, projecto-piloto do Center for Research on Literacy and the Media, *joint venture* entre o British Film Institute (BFI) e o King's College de Londres (School of Education). O objectivo deste projecto passa pela adaptação, por um grupo de alunos do ensino básico, de um texto a imagens em movimento e pela posterior avaliação do impacto desta tradução nas competências de literacia dos alunos;
- Children, New Media and Citizenship (2008-2009), projecto do Center for Media Research da Universidade de Ulster, incide sobre o programa infantil da BBC "Newsround", tendo sido levado a cabo por académicos das universidades de Cardiff, Ulster e Bournemouth junto de crianças;
- Children's Playground Games and Songs in the New Media Age (2009-2011), do Center for the Study of Children, Youth and Media, do Institute of Education – University of London, coordenado por Andrew Burn. Um estudo etnográfico em duas escolas primárias (Londres e Sheffield) integra o projecto.

1.4 O Study on Assessment Criteria for Media Literacy Levels

O Study on Assessment Criteria for Media Literacy Levels, conduzido, em 2009, para a Comissão Europeia pelo consórcio EAVI [European Association for Viewers Interests – EAVI (coordenação), CLEMI, Universidade Autónoma de Barcelona, Universidade Católica de Louvain e Universidade de Tampere], é o mais complexo ensaio de um modelo de medição de literacia mediática construído na Europa a 27. Por um lado, tenta-se fornecer uma análise compreensiva da literacia mediática nos estados-membros; por outro, uma ferramenta empírica para medição dos níveis de literacia mediática na União Europeia. O processo de

construção do modelo teve por base um mapa conceptual que integra dois campos fundamentais, duas dimensões de análise: as competências individuais e os factores externos (*environmental factors*). As propriedades da literacia mediática são organizadas em elementos independentes com diferentes graus de complexidade e interconexão, traduzindo-se num mapa de referenciação de actividades.

As competências enquadram-se em duas dimensões: a individual e a social. São componentes da dimensão individual o acesso e uso (plano técnico) e o entendimento/sentido crítico (plano crítico-cognitivo). A dimensão social diz respeito à criação de conteúdos, relações sociais e participação cívica (plano comunicativo e participativo). Os factores externos prendem-se, por um lado, com contextos de literacia mediática (educação para os *media*; políticas para os *media*; indústria dos *media*; sociedade civil) e, por outro, com a oferta/disponibilidade de *media* (*availability*).

No primeiro caso – acesso e uso –, foram tomados em consideração indicadores (pela análise de dados estatísticos) como o uso de internet, a circulação de jornais, a leitura de livros ou a utilização de telemóvel, mas também a leitura de notícias na internet, a realização de compras online ou o recurso a *internet banking*. No segundo caso – o do plano crítico-cognitivo – os indicadores foram de facto identificados mas a medição de competências não chegou a vias de facto (o que demonstra, mais uma vez, a alta complexidade deste tipo de instrumentos, mas também a controvérsia e a falta de consenso entre investigadores). Os indicadores presentes na dimensão social vão da criação de conteúdos à participação em actividades cívicas.

Quanto aos factores externos, foram tidos em conta, por um lado, dados estatísticos relativos a imprensa, rádio, televisão, cinema, internet e telecomunicações móveis nos 27 estados-membros, e, por outro, indicadores caracterizadores de cada uma das áreas já identificadas, como a formação de professores e as actividades de literacia mediática, as políticas públicas para o sector da comunicação social e telecomunicações ou a identificação das organizações mais activas, do universo mediático ou da sociedade civil, na promoção da literacia mediática.

O *framework* do Study Assessment Criteria for Media Literacy Levels foi validado por especialistas dos 27 estados-membros, em sucessivos ciclos de consulta. Esta validação resultou da criação de um consenso quanto à identificação e selecção de indicadores.

A informação foi apurada, por um lado, em bases de dados estatísticos produzidas, a nível nacional, por cada um dos estados-membros e, complementarmente, através de um questionário (com 26 questões), enviado a mais de 100 profissionais e investigadores europeus (em Portugal, a entidade respondente foi a Universidade do Minho). Um terço dos inquiridos forneceu ao consórcio informação de qualidade passível de ser integrada no projecto. Após a análise e a comparação das respostas dos especialistas nacionais, a informação qualitativa foi processada e traduzida em dados quantitativos, o que permitiu o enquadramento dos estados-membros em níveis de literacia mediática (básico, médio, avançado).

As conclusões sugerem que não existem níveis homogéneos de literacia mediática na Europa. Os países nórdicos, com níveis sociais e educacionais elevados e populações relativamente pequenas, enquadram-se no nível avançado de literacia mediática. Em rigor, saliente-se que a Finlândia (o país com o nível de literacia mediática mais alto da Europa: valoração 146), a Dinamarca, a Holanda e o Reino Unido lideram a tabela; no extremo oposto, Chipre, Bulgária e Roménia (o país com o nível de literacia mediática mais baixo da Europa: valoração 44).

Portugal situa-se abaixo da média da União Europeia (100), com valoração 75, enquadrando-se no nível ‘Médio’ de literacia mediática.

Os países com melhor *performance* são, sem surpresa, os mais desenvolvidos em termos de democracia, de infra-estruturas e de estado social e económico. O estudo demonstra ainda uma clara relação entre níveis de literacia mediática e implementação institucional de políticas públicas neste domínio. A correlação ‘competências individuais’ – ‘factores externos’ foi também demonstrada: um contexto externo mais favorável possibilita e potencia o desenvolvimento de competências de literacia mediática; cidadãos com mais competências de literacia mediática estimulam e forçam o incremento de mais políticas públicas e de mais acções: recursos, programas, iniciativas geram mais recursos, programas e iniciativas.

Bibliografia

- Arke, Edward T. (2005). Media literacy and critical thinking: Is there a connection? Dissertação de doutoramento, Duquesne University, Pittsburgh, Pennsylvania.
- Arke, Edward T. & Primack, Brian A. (2009). Quantifying media literacy: development, reliability and validity of a new measure, *Educational Media International*, 46 (1), 53-65.
- Aufderheide, Patricia & Firestone, Charles M. (1993). *Media Literacy: A Report of the National Leadership Conference on Media Literacy*. Queenstown: Aspen Institute.
- Bloom, Benjamin S. (Ed.) (1956). *Taxonomy of Educational Objectives*. Nova Iorque: David McKay Company Inc.
- Buckingham, David (2003). *Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture*. Cambridge: Polity Press.
- Comissão das Comunidades Europeias (2007). Comunicação da Comissão ao Parlamento Europeu, ao Conselho, ao Comité Económico e Social Europeu e ao Comité das Regiões: Uma abordagem europeia da literacia mediática no ambiente digital. COM(2007)833.
- European Association for Viewers Interests - EAVI(2009). *Study on Assessment Criteria for Media Literacy Levels. Final Report*. Bruxelas: Comissão Europeia.
- Feuerstein, Mira (1999). Media literacy in support of critical thinking, *Journal of Educational Media*, 24 (1), 43-55.
- Firestone, Charles (2008, Novembro 13). The responsibilities of citizenship: A bundle of literacies, *The Huffington Post* (www.huffingtonpost.com)
- Harvey, David (1990). *The Condition of Postmodernity*. Malden: Blackwell Publishing.
- Hobbs, Renee & Frost, Richard (2003). Measuring the acquisition of media literacy skills, *Reading Research Quarterly*, 38, 330-352.
- Instituto Nacional de Estatística - INE (2003). *Portugal Social 1991-2001*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística.
- Kist, William (2005). *New Literacies in Action: Teaching and Learning in Multiple Media*. Nova Iorque: Teachers College Press.
- Livingstone, Sonia (2003). The changing nature and uses of media literacy, *Media@lse Electronic Working Paper*, nº 4. Media@lse, London School of Economics and Political Science, Londres, UK.
- Livingstone, Sonia (2004). What is media literacy? *Intermedia*, 32 (3), 18-20.
- Livingstone, Sonia (2007). Media literacy and the challenge of new information and communications technologies, *The Communication Review*, 7, 3-14.
- Livingstone, Sonia et al (2011). *Risks and Safety on the Internet: The Perspective of European Children. Full Findings*. Londres: EU Kids Online.
- Mediappro (2006). *Mediappro: A European Research Project: The Appropriation of New Media by Youth*. Bruxelas: Comissão Europeia.
- Mihailidis, Paul (2008). Beyond cynicism. How media literacy can make students more engaged citizen. Dissertação de doutoramento, University of Maryland, Maryland.
- Obercom (2010). *A Utilização da Internet em Portugal*. Lisboa: Obercom.
- Obercom (2010). *A Sociedade em Rede em Portugal 2010. Cinema nos Múltiplos Ecrãs*. Lisboa: Obercom.

- Obercom (2010). *Nativos Digitais Portugueses: Idade, Experiência e Esferas de Utilização das TIC*. Lisboa: Obercom.
- OECD (2009). *PIAAC Literacy: A Conceptual Framework*. Paris: OECD.
- OECD e Statistics Canada (2000). *Literacy in the Information Age. Final Report of the International Adult Literacy Survey*. Ottawa e Paris: OECD e Statistics Canada.
- OECD e Statistics Canada (2005). *Learning a Living. Firsts Results of the Adult Literacy and Life Skills Survey*. Ottawa e Paris: OECD e Statistics Canada.
- Ofcom – Office of Communications (2010). *Adults' Media Literacy in the Nations*. Londres: Ofcom.
- Ofcom – Office of Communications (2011). *UK Adults Media Literacy*. Londres: Ofcom.
- Ofcom – Office of Communications (2011). *UK Children's Media Literacy*. Londres: Ofcom.
- Primack, Brian A. & Hobbs, Renee (2009). Association of various components of media literacy and adolescent smoking, *American Journal of Health Behavior*, 33 (2), 192-201.
- Quin, Robyn& McMahon, Barrie (1991). Media analysis: Performance in media in Western Australian government schools, *Western Australian Ministry of Education Report*.
- Quin, Robyn& McMahon, Barrie (1993). Monitoring standards in media studies: Problems and strategies, *Australian Journal of Education*, 37(2), 182-197.
- Quin, Robyn& McMahon, Barrie (1995). Evaluating standards in media education, *Canadian Journal of Educational Communication*, 22 (1), 15-25.
- Rebelo, José (Coord.) (2008). *Estudo de Recepção dos Meios de Comunicação Social*. Lisboa: ERC/ISCTE.
- Selber, Stuart (2004). *Multiliteracies for a Digital Age*. Carbondale: Southern Illinois University Press.
- Silverstone, Roger (2006). *Media and Morality: on the Rise of Mediapolis*. Oxford: Polity.
- UNESCO (1982). *Grünwald Declaration on Media Education*. Grünwald.

ⁱEste texto é a versão abreviada Lopes, Paula (2011). Literacia(s) e literacia mediática [CIES *e-working paper* nº 110/2011]. CIES-IUL, Lisboa, Portugal: http://www.cies.iscte.pt/destaques/documents/CIES-WP110_Lopes.pdf

ⁱⁱ Fonte: “Comunicação da Comissão ao Parlamento Europeu, ao Conselho, ao Comité Económico e Social Europeu e ao Comité das Regiões: Uma Abordagem Europeia da Literacia Mediática no Ambiente Digital”, de 20 de Dezembro de 2007

ⁱⁱⁱ Cf. LOPES, Paula Cristina (2012) “Avaliação de competências de literacia mediática: O que medir, como medir e com que instrumentos?”, texto da comunicação apresentada no VII Congresso Português de Sociologia (0116)

^{iv} Informação disponível no site do projecto, consultado no dia 22 de Maio de 2011