

Cartografía de las prácticas mediáticas de niños y jóvenes en Portugal

Mapping media practices of children and young people in Portugal

Mapeamento de práticas mediáticas de crianças e jovens em Portugal

DOI: <https://doi.org/10.32870/cys.v2024.8809>

SARA PEREIRA¹

<http://orcid.org/0000-0002-9978-3847>

DANIEL BRANDÃO²

<https://orcid.org/0000-0001-6331-0354>

MARIANA MENEZES NEUMANN³

<https://orcid.org/0000-0001-5123-2344>

MARISA MOURÃO⁴

<https://orcid.org/0000-0001-5662-3168>

Este artículo explora los repertorios mediáticos de niños y jóvenes de entre 11 y 19 años que viven en Portugal. A partir de 1 131 respuestas a un cuestionario en línea, busca comprender la totalidad de sus usos de los medios de comunicación y cómo combinan diferentes medios en su vida cotidiana. Entre las variables se incluyen la edad, el año de escolaridad y el sexo. Una de las principales conclusiones de esta investigación es que, aunque los estudiantes de la muestra tienen una amplia gama de medios en sus repertorios mediáticos, utilizan sobre todo teléfonos móviles e Internet. Las dos finalidades principales de su consumo mediático son el entretenimiento y la comunicación.

PALABRAS CLAVE: Niños, jóvenes, usos mediáticos, repertorios mediáticos, Portugal.

This paper explores the media repertoires of children and young people between 11 and 19 years old living in Portugal. Based on 1 131 responses to an online questionnaire, it seeks to understand the totality of their media uses and whether and how they combine different media in their daily lives. The variables include age, school grade and sex. One of the primary findings of this research is that, although the students in the sample have a wide range of media in their media repertoires, they mostly use mobile phones and the Internet. The two main purposes of their media consumption are entertainment and communication.

KEYWORDS: Children, young people, media uses, media repertoires, Portugal.

Este artigo explora os repertórios mediáticos de crianças e jovens entre os 11 e os 19 anos que vivem em Portugal. Tendo por base um questionário online aplicado a uma amostra de 1 131 participantes, o estudo analisa a totalidade dos seus usos mediáticos e como combinam diferentes meios no seu quotidiano. As variáveis incluem a idade, o ano de escolaridade e o sexo. Uma das principais conclusões desta investigação é que, embora os repertórios mediáticos dos alunos da amostra sejam constituídos por uma vasta gama de meios, os seus usos centram-se sobretudo no telemóvel e na Internet. Os dois principais objetivos do consumo de média são entretenimento e comunicação.

PALAVRAS-CHAVE: Crianças, jovens, práticas mediáticas, repertórios mediáticos, Portugal.

Cómo citar este artículo:

Pereira, S., Brandão, D., Menezes Neumann, M. & Mourão, M. (2024). Cartografía de las prácticas mediáticas de niños y jóvenes en Portugal. *Comunicación y Sociedad*, e8809. <https://doi.org/10.32870/cys.v2024.8809>

¹ Universidad de Minho, Portugal.
sarapereira@ics.uminho.pt

² Universidad de Minho, Portugal.
daniel.c.brandao@gmail.com

³ Universidad de Minho, Portugal.
marianamenezes25@yahoo.com.br

⁴ Universidad de Minho, Portugal.
marisavmourao@gmail.com

Fecha de recepción: 08/04/24. Aceptación: 17/09/24. Publicado: 23/10/24.

INTRODUCCIÓN

En los últimos años se ha escrito mucho sobre la interrelación de los medios de comunicación y la vida cotidiana, haciendo hincapié en las tecnologías digitales. Floridi (2015), un destacado filósofo de la información, introdujo el concepto *onlife* para describir la interconexión de los aspectos online y offline de la existencia humana en la era digital.

La idea de *onlife* subraya la impresión de que nuestras vidas están cada vez más moldeadas por el entorno digital, lo que difumina los límites entre los espacios físico y virtual. Esta propuesta, que destaca la influencia dominante de las tecnologías digitales en la vida contemporánea, nos remite al concepto de ecología de los medios, un marco teórico desarrollado por McLuhan (1964), Postman (1970) y otros.

La ecología de los medios analiza cómo estos intervienen en nuestras experiencias cotidianas y conforman nuestra comprensión del mundo; pero este no es el único enfoque. Como indica Scolari (2015), la metáfora ecológica aplicada a los medios presenta al menos dos interpretaciones: “los medios como ambientes” y “los medios como especies” (Scolari, 2015). Podríamos decir que la primera definición es la más clásica:⁵ “las tecnologías –en este caso las tecnologías de comunicación, desde la escritura hasta los medios digitales– generan ambientes que afectan a los sujetos que las utilizan” (p. 29). La segunda se refiere a la “evolución de los procesos de comunicación y socioeconómicos” y “podría definirse como la *dimensión intermedial de la ecología de los medios*. En esta interpretación, los medios son como ‘especies’ que viven en el mismo ecosistema y establecen relaciones entre sí” (p. 30).

El presente artículo se centra en la segunda definición, con el objetivo de reflexionar sobre el conjunto de usos de los medios de comunicación por parte de niños y jóvenes, incluido el uso único y la combinación de ellos. Teniendo en cuenta la diversidad de opciones mediáticas, entender esta combinación es muy importante si consideramos las tecnologías como algo más que herramientas. La comprensión de los medios como ambientes que influyen en la

⁵ Está especialmente vinculada a la definición presentada por Postman (1970) cuando acuñó el término.

forma en que el público ve el mundo y, en el caso que nos ocupa, los niños y los jóvenes, pone de relieve la importancia de comprender cómo se combinan y utilizan los medios como especies.

En un momento en que los medios de comunicación parecen converger hacia Internet, especialmente dentro de la cultura juvenil, nuestro objetivo es comprender si los niños y los jóvenes combinan diferentes medios en su vida cotidiana y cómo lo hacen, buscando una visión global de sus prácticas mediáticas. Para ello, este artículo explora los repertorios mediáticos⁶ de niños y jóvenes que viven en Portugal continental, que cursan sexto (sexto de primaria), noveno (tercero de la ESO –educación secundaria obligatoria–) y duodécimo grados (segundo de bachillerato) en escuelas públicas, con una edad comprendida entre los 11 y los 19 años. El análisis tiene en cuenta 1 131 respuestas a un cuestionario en línea y pretende analizar cómo los jóvenes usuarios de medios de comunicación combinan diferentes tipos y crean un patrón global de uso de los medios (Hasebrink & Popp, 2006).

ECOLOGÍA DE LOS MEDIOS:

UN ENFOQUE GLOBAL DE LOS MODELOS MEDIÁTICOS

Según Strate (2008), “la ecología de los medios es el estudio de los medios *como* medios” (p. 30). Básicamente, esto coincide con el aforismo “el medio es el mensaje” de McLuhan (1964, p. 7), es decir, para entender los medios hay que examinar su papel en la aprehensión de la realidad.

Aunque McLuhan ya lo había explorado en obras anteriores, como *Comprender los medios de comunicación: las extensiones del ser humano* (1964), el término “ecología de los medios” fue aplicado por primera vez en 1968 por Postman (Strate, 2004). El uso del término *ecología* se inspira en la terminología de los modelos de investigación

⁶ El marco conceptual se inspira en Hasebrink y Popp (2006), sin embargo, el artículo no tiene en cuenta la diversidad de dimensiones empíricas presentadas por los autores, ni la combinación de enfoques cualitativos y cuantitativos particularmente tratados en Hasebrink y Domeyer (2012).

medioambiental que incluyen la relación entre estructura, contenido e interacción. En el ámbito colectivo, repercute en las relaciones interpersonales y las formas de comunicación, mientras que en el plano personal, en la forma en que los individuos procesan la información y los sentimientos (Postman, 1970). Esta definición se refiere a la primera interpretación de Scolari de la metáfora ecológica aplicada a los medios, “los medios como ambientes” (Scolari, 2015, p. 29).

Los medios como especies, la dimensión intermedial de la ecología de los medios, es la segunda interpretación de la metáfora ecológica. Esta definición también se puede encontrar en los clásicos de la ecología de medios (Scolari, 2015) y en la afirmación de Nystrom (1973) de que cada medio de comunicación no funciona de forma aislada, sino que afecta a los demás. Según esta premisa, los medios son idénticos a las especies que cohabitan en un mismo ecosistema y establecen relaciones entre sí.

Actualmente, esta coexistencia es más compleja dentro de un marco de convergencia mediática que implica integrar múltiples formas y funciones en un mismo dispositivo o plataforma, lo que ofrece una experiencia integrada (Jenkins, 2006). En consecuencia, la expresión “y así se pueden hacer algunas cosas en unos medios que no se pueden hacer en otros” (McLuhan, 2009, p. 245) ha quedado en cierto modo obsoleta, ya que un único medio puede desempeñar múltiples funciones para responder a diversos propósitos (Hasebrink & Paus-Hasebrink, 2022).

Por lo tanto, el enfoque del repertorio mediático promueve la comprensión de la totalidad de las prácticas mediáticas al centrarse en la multiplicidad de usos y la combinación de diferentes tecnologías.

REPERTORIOS MEDIÁTICOS: COEXISTENCIA Y RELACIONES ENTRE ESPECIES

La idea de los repertorios no es nueva en el contexto de los estudios sobre los medios y se asocia a la multiplicidad de opciones mediáticas. Por ejemplo, en los estudios sobre televisión, el término “repertorio de canales” (Heeter, 1985; Yuan & Webster, 2006) se utilizaba como “el conjunto de canales que ve regularmente un individuo o un hogar” (Heeter, 1985, p. 133) o como “los subconjuntos de canales disponibles

que los espectadores ven realmente” (Yuan & Webster, 2006, p. 524). El concepto de “repertorio de información” se refiere al “conjunto de fuentes que una persona puede seleccionar para un tema” (Reagan, 1996, p. 114) dadas las múltiples plataformas.

El enfoque del repertorio mediático se centra en una perspectiva global al hacer hincapié en los patrones de uso extensivos en lugar de analizar cada medio de forma aislada.⁷ Según Hasebrink y Domeyer (2012), “el repertorio mediático de una persona consiste en el conjunto de medios que utiliza habitualmente” (p. 758). La exposición selectiva da lugar a una combinación que incluye patrones diferenciados de medios y contenidos caracterizados como repertorios mediáticos (Hasebrink & Popp, 2006).

Este enfoque se centra en el usuario (sociocéntrico), en la totalidad de los medios (toda la variedad) y en la relación entre los medios, con especial atención a las interrelaciones y funciones de cada componente del repertorio mediático. En este sentido, el enfoque destaca la combinación de los medios y no solo la suma de sus partes (Hasebrink & Domeyer, 2012).

Existen tres motivos presentados por Hasebrink y Popp (2006) para escoger este tipo de análisis: 1) los nuevos medios no sustituyen necesariamente a los tradicionales, sino que pueden contribuir a la diferenciación funcional; 2) el desarrollo de estrategias multimedios por parte de la industria, y 3) los efectos de los medios en un entorno multimedia deben considerar la totalidad de los medios y no solo uno.

7 “La idea básica de un enfoque del uso de los medios orientado al repertorio no especifica en qué nivel se describe el uso de los medios. Solo existe el principio abstracto del análisis para buscar patrones de exposición, combinaciones de comportamientos mediáticos. Así, un repertorio puede estar formado por determinadas porciones de uso de los medios en general (p. ej., televisión, radio, periódicos, Internet, etc.), o por determinados temas utilizados en cualquier medio (p. ej., política, economía, deportes, cultura, etc.), o por determinados géneros (p. ej., drama, comedia, acción, romance, etc.)” (Hasebrink & Popp, 2006, p. 375). El análisis efectuado a efectos del presente artículo sigue el primer nivel de análisis.

La creación de diferentes patrones de uso puede asociarse a factores estructurales, por ejemplo, disponibilidad del público, e individuales, como las preferencias (Kim, 2016; Taneja et al., 2012). Las posibilidades de conexión en cualquier lugar y en cualquier momento no parecen invalidar la importancia de las rutinas diarias y las estructuras mediáticas (Taneja et al., 2012). Las características individuales, como la edad y el nivel de educación, también son factores explicativos (Kim, 2016; Taneja et al., 2012). Ampliamente interrelacionados con la vida cotidiana, los repertorios mediáticos son, por tanto, complejos ecosistemas en los que coexisten distintas especies. Según Schwarzenegger (2020), el análisis de los repertorios mediáticos incluye la combinación y disponibilidad de diferentes elementos, así como la interseccionalidad de las opciones individuales y los contextos sociales. Estos elementos no son fijos y cambian constantemente en función de múltiples factores, como la edad, las opciones personales y el acceso. Los significados y propósitos asociados a cada uno de los medios que componen el repertorio también son susceptibles de cambio.

En este artículo se analizan los repertorios a partir de los usos mediáticos de niños y jóvenes, cuya cultura parece ser cada vez más una cultura de Internet (Livingstone, 2022). Basándose en sus propias perspectivas, y reconociendo que los niños y los jóvenes desempeñan un papel activo en la formación de sus hábitos de consumo, se identificó el alcance de su uso de los medios y cómo los combinan en sus rutinas diarias.

METODOLOGÍA

El estudio presentado en este artículo forma parte de un proyecto de investigación de cuatro años titulado *bYou: Study on children and young people's experiences and expressions of the media* (bYou: estudio de las vivencias y expresiones de niños y jóvenes sobre los medios), financiado por la Fundación Portuguesa para la Ciencia y la Tecnología. Realizado con niños de edades comprendidas entre los 11 y los 19 años, que cursan sexto, noveno y duodécimo grado en Portugal, tiene los siguientes objetivos: 1) presentar un amplio panorama de las experiencias y usos cotidianos de los niños con los medios y analizar los aspectos

que despiertan mayor o menor interés para ellos; 2) trazar un mapa de los repertorios mediáticos de tres grupos de edad diferentes que comprenden tres niveles distintos de escolarización: de 11 a 12 años (sexto curso), de 14 a 16 años (noveno) y de 17 a 19 años (duodécimo), y 3) identificar las opciones de medios preferidos, así como los cambios según el curso y la edad.

A partir de estos objetivos, el estudio se guía por la siguiente pregunta de investigación, tomada de Hasebrink y Popp (2006): “¿cuál es el resultado de las distintas formas de selectividad y cómo combinan los usuarios [jóvenes] sus contactos mediáticos en un patrón global de uso de los medios en su repertorio mediático?” (p. 371).

Los datos se recogieron mediante un cuestionario en línea realizado en las escuelas entre diciembre de 2021 y febrero de 2022. Siguiendo una técnica de muestreo no probabilístico, y con el objetivo de cubrir toda el área de Portugal continental, se seleccionó un conjunto de escuelas en cada NUTIII⁸ (un total de 23), siguiendo criterios de conveniencia y disponibilidad de las escuelas. Además, se incluyeron otros tres grupos de escuelas: uno del área urbana de Oporto (la segunda ciudad más grande del país); otro del área urbana de Lisboa (la capital), y otro de Braga, ciudad a la que pertenece la Universidad de Minho y desde la que se está llevando a cabo el proyecto.

Una vez seleccionadas y contactadas las escuelas, el cuestionario se administró en línea en las clases indicadas previamente por la dirección de la escuela, una clase de cada ciclo escolar previsto por grupo. Para la selección de los planteles y la aplicación del cuestionario se contó con el apoyo de la Red de Bibliotecas Escolares de Portugal. En cada escuela, el cuestionario se administró con el apoyo de un profesor bibliotecario.⁹

⁸ NUTS se refiere a la clasificación de las unidades territoriales estadísticas de la Unión Europea. Las unidades NUTS se dividen en tres niveles diferentes, 1, 2 y 3. Más información en European Union (2023).

⁹ El estudio recibió la opinión favorable del Comité de Ética de Investigación en Ciencias Sociales y Humanas de la Universidad de Minho (CEICSH 041/2022). La aplicación del cuestionario también fue autorizada por la Dirección General de Educación (n. 0542500001).

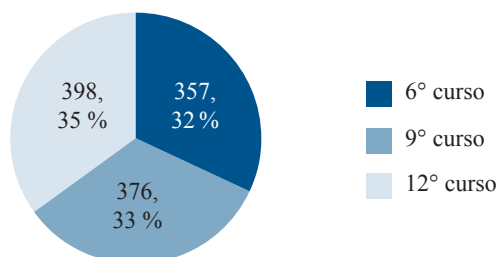
Los tutores de todos los niños y jóvenes de las clases seleccionadas recibieron un formulario de consentimiento en el que se les informaba sobre el proyecto, sus objetivos y la forma en que se tratarían los datos. También se entregó un formulario de consentimiento a cada participante. Los cuestionarios solo se administraron a los participantes con los dos formularios firmados.

La muestra final consta de 1 131 niños y jóvenes con edades entre 11 y 19 años¹⁰ de 78 clases (26 de sexto curso, 26 de noveno curso y 26 de duodécimo curso). Como se muestra en la Figura 1, de la muestra total (N= 1 131), el 32 % (n= 357) cursan sexto, el 33 % (n= 376) noveno y el 35 % (n= 398) duodécimo.

Las edades comprendidas entre 11 y 12 años indican una media de alumnos matriculados en sexto curso. En el momento de la aplicación de los cuestionarios, el 65.7% tenía 11 años y el 31.2%, 12 años. Sin embargo, nueve alumnos (el 2.5%) tenían 13 años. En cuanto al noveno curso, la media de edad es de 14-15 años. Según la muestra, el 65.1% tenían 14 años y el 26.4% tenían 15. El 8.5% restante representa a los estudiantes de más edad, la mayoría con más de 15 años. Los alumnos del duodécimo curso tienen normalmente entre 17 y 18 años.

¹⁰ En Portugal, la enseñanza obligatoria consta de cuatro ciclos de estudios. Hemos incluido tres de estos ciclos: segundo ciclo, tercer ciclo y enseñanza secundaria (hemos omitido el primer ciclo, que corresponde a los alumnos de entre 6 y 10 años). Para la muestra se ha seleccionado el último curso de cada ciclo: sexto curso (último curso del segundo ciclo); noveno curso (último curso del tercer ciclo) y duodécimo curso (último curso de enseñanza secundaria). Nos interesaba observar las características específicas de los niños y jóvenes de cada ciclo, pero también la evolución entre los ciclos y las edades correspondientes. Así, nuestro objetivo era estudiar a los niños y jóvenes de entre 11 y 18 años, analizando sus características específicas, pero también lo que permanece igual y lo que cambia a medida que crecen y se desarrollan. Aunque cada uno de estos ciclos corresponde a un determinado grupo de edad, hay circunstancias que hacen que haya alumnos más jóvenes o más mayores en cada ciclo. Es por eso que nuestra muestra acabó extendiéndose hasta los 19 años, ya que algunos alumnos de duodécimo curso tenían esa edad cuando realizamos el estudio.

FIGURA 1
NÚMERO Y PORCENTAJE DE PARTICIPANTES POR CURSO ESCOLAR



Fuente: Elaboración propia.

Entre los participantes, el 64.9% tenía 17 años, el 30.3% tenía 18 años y el 4.8% tenía 19. Cuatro alumnos no especificaron su edad. La Tabla 1 presenta la distribución de los participantes por edad y curso escolar.

Aunque es relativamente equilibrado, el porcentaje de chicas en la muestra es superior al de chicos (55.2% y 41.8%). La opción “Prefiero no contestar” fue seleccionada por un 3% de la muestra. La baja fre-

TABLA 1
PARTICIPANTES POR EDAD Y CURSO ESCOLAR

Edad/ años	6º curso		9º curso		12º curso		Total	
	n	%	n	%	n	%	n	%
11	234	65.7	1	0.3	0	0.0	235	20.9
12	111	31.2	0	0.0	0	0.0	111	9.8
13	9	2.5	3	0.8	0	0.0	12	1.1
14	2	0.6	244	65.1	0	0.0	246	21.8
15	0	0.0	99	26.4	0	0.0	99	8.8
16	0	0.0	23	6.1	0	0.0	23	2.0
17	0	0.0	3	0.8	257	64.9	260	23.1
18	0	0.0	2	0.5	120	30.3	122	10.8
19	0	0.0	0	0.0	19	4.8	19	1.7
Total	356	100.0	375	100.0	396	100.0	1 127	100.0

Fuente: Elaboración propia.

cuencia hacía poco fiable el cruce de variables y por este motivo no se ha incluido en el análisis de los resultados. La Tabla 2 resume la constitución de la muestra por curso escolar y sexo.

TABLA 2
PARTICIPANTES POR SEXO Y CURSO ESCOLAR

Sexo	6º curso		9º curso		12º curso		Total	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Chicas	185	51.8	180	47.9	259	65.1	624	55.2
Chicos	160	44.8	182	48.4	131	32.9	473	41.8
Prefiero no contestar	12	3.4	14	3.7	8	2.0	34	3.0
Total	357	100.0	376	100.0	398	100.0	1 131	100.0

Fuente: Elaboración propia.

La mayoría de los participantes tienen padres con estudios secundarios o superiores (el 66% de las madres y el 52% de los padres), que en su mayoría son trabajadores cualificados. Entre las madres destacan dos categorías profesionales: especialistas en actividades intelectuales y científicas (20%) y servicios personales, trabajadores de seguridad y protección y personal de ventas (20%). Entre los padres, la categoría de trabajadores cualificados de la industria, construcción y artesanía es la más destacada (31%).

El análisis estadístico se realizó con el programa IBM SPSS Statistics. La codificación de las preguntas abiertas se realizó mediante categorías creadas posteriormente y aplicadas por dos miembros del proyecto. Las variables de análisis de este estudio incluyen edad, curso escolar y sexo.

Para crear sus repertorios mediáticos, se pidió a los participantes que clasificaran por orden de importancia un conjunto de 12 opciones de una lista que se les entregó. El uso de Internet (navegación) y el uso de las redes sociales se separaron deliberadamente en dos opciones diferentes para comprender mejor la importancia de estos entornos en el consumo de medios de los participantes. Las actividades que se pueden realizar en línea, como la lectura de periódicos, también están en una

categoría diferente para entender el grado de importancia entre los usos de los medios por parte de niños y jóvenes.

Se pidió a los participantes que indicaran la principal función desempeñada por cada medio en sus rutinas diarias, incluidos los medios más y menos utilizados. Las definiciones indicadas por el participante se codificaron y luego se intercodificaron dentro de la totalidad de las respuestas. Para cada medio se identificaron las dos finalidades más mencionadas.

En los casos en que la segunda función presentaba una frecuencia baja, es decir, inferior al 50% comparada con la primera respuesta más común, la respuesta no se ha incluido. A partir del análisis estadístico se identificaron los repertorios mediáticos de cada curso escolar.

RESULTADOS

Los datos recopilados en este estudio presentan una sistematización de los patrones de uso de los medios por parte de niños y jóvenes, incluidas sus opciones preferidas y sus motivaciones.

Acceso de niños y jóvenes a los medios de comunicación

Los niños y los jóvenes están constantemente conectados a Internet. Su acceso a los medios se asocia, entre otros factores, a una convergencia de tecnologías móviles, en la que las tecnologías más antiguas y más recientes interactúan regularmente.

La Tabla 3 presenta los medios/equipos/servicios a los que tienen acceso para uso individual o colectivo. Los datos representan la totalidad de la muestra.

Las respuestas indican puntos en común entre los tres grupos de edad y los años de escolarización, especialmente en lo que se refiere al acceso a teléfonos móviles, ordenadores con acceso a Internet y televisión.

Los teléfonos móviles son los más predominantes entre todos los medios (sexto curso, 97.8%; noveno curso, 98.7%, y duodécimo curso, 100%); seguidos de los ordenadores con acceso a Internet, mencionados en el 95.2% de las respuestas para sexto curso, el 96.8% para noveno y el 98.2%, para duodécimo.

TABLA 3
ACCESO DE LOS PARTICIPANTES A LOS MEDIOS

	%
Lector de <i>ebooks</i>	9.4
Periódico impreso o digital	38.5
Radio	52.1
Tableta	62.3
Consola de videojuegos	71.3
Servicios de streaming	75.0
Spotify o equivalente	96.3
Televisión	96.6
Internet	96.8
Ordenador con acceso a Internet	98.9
Teléfono móvil	98.9

Fuente: Elaboración propia.

Los jóvenes de duodécimo curso presentan una inclinación ligeramente mayor a acceder a servicios de streaming (75.4%) en comparación con los de noveno curso (72.3%), mientras que para el grupo más joven solo el 65.5% accede a este tipo de servicios. Spotify y servicios de streaming de música similares son populares en todos los grupos de edad, en duodécimo curso, 78.6%; en noveno curso, 79.8%, y en sexto curso, 65.8%. Los videojuegos también son elegidos con frecuencia en las respuestas, especialmente por los alumnos de noveno curso (67.3%), seguidos de los de sexto (63.3%) y duodécimo (59%). El 73.9% de los alumnos de sexto curso, el 62% de los de noveno y el 52.3% de los de duodécimo acceden a dispositivos electrónicos de lectura, como tabletas.

La televisión fue mencionada por todos los grupos de edad: la mencionaron el 97.5% de los participantes de duodécimo curso, el 95.2% de los de noveno y el 96.1% de los de sexto, mientras que la radio y los periódicos (digitales o impresos) están presentes en su vida cotidiana pero en un porcentaje reducido. Estos últimos recibieron el menor número de respuestas para los tres años de escolarización: el 41.2%

para sexto curso, el 35.6% para noveno curso y el 38.7% para duodécimo curso. A la radio acceden sobre todo los alumnos de duodécimo curso (56.3%), seguidos del 51.8% de los de sexto y el 47.9% de los de noveno.

Teniendo en cuenta la variable del sexo, los tipos de medios preferidos son similares. En cuanto a los teléfonos móviles, el porcentaje para las chicas corresponde al 99.7%, mientras que para los chicos es del 97.9%. En segundo lugar, la respuesta más frecuente es un ordenador con acceso a Internet, 97.8% para las chicas y 95.6% para los chicos. En relación con la televisión, el porcentaje entre las chicas es similar al de los ordenadores, pero entre los chicos hay un ligero descenso, un 94.7%. La mayor diferencia entre chicos y chicas se refiere a los videojuegos (Xbox, Nintendo, PlayStation, etc.), con un 77.8% para los chicos y un 51.8% para las chicas.

En cuanto al acceso, los niños y jóvenes de la muestra presentan, de forma muy similar, un acceso diversificado a los medios de comunicación, tanto en formatos tradicionales como más recientes, aunque existe una preferencia por estos últimos.

Repertorios mediáticos de niños y jóvenes

Como ya se ha mencionado, este estudio se basa en datos cuantitativos y en un enfoque de repertorio de medios, que incluye variables de edad, curso escolar y sexo para identificar patrones generales de uso de los medios. El cuestionario abarcaba una serie de aspectos sobre *cómo* y *por qué* los niños y jóvenes utilizan los medios para actividades rutinarias, con el objetivo de establecer una visión más completa de la totalidad de sus prácticas mediáticas, incluida la combinación de diferentes tecnologías, tanto antiguas como nuevas. Para identificar los medios incluidos en el repertorio de los niños y jóvenes, hemos considerado los medios indicados como los más utilizados en su rutina diaria, y para entender los propósitos y la complementariedad entre ellos, basamos el análisis en las dos funciones más frecuentemente identificadas para cada medio. Las secciones siguientes presentan los repertorios mediáticos de la muestra por año de escolarización, edad y sexo.

Repertorios mediáticos por edad y curso escolar

Para los alumnos matriculados en sexto curso, el teléfono móvil es la principal especie de su repertorio (29.1%), seguido de Internet (19.3%), mientras que los libros figuran en tercer lugar (15.1%). Combinadas, estas tres opciones representan más de la mitad del repertorio mediático. Entre las cinco respuestas más comunes también están los videojuegos y las redes sociales, lo que indica que, aparte de los libros, hay un predominio de los medios digitales. Otros formatos definidos como medios tradicionales aparecen en un número reducido de respuestas, aunque pueden consumirse a través de medios digitales.

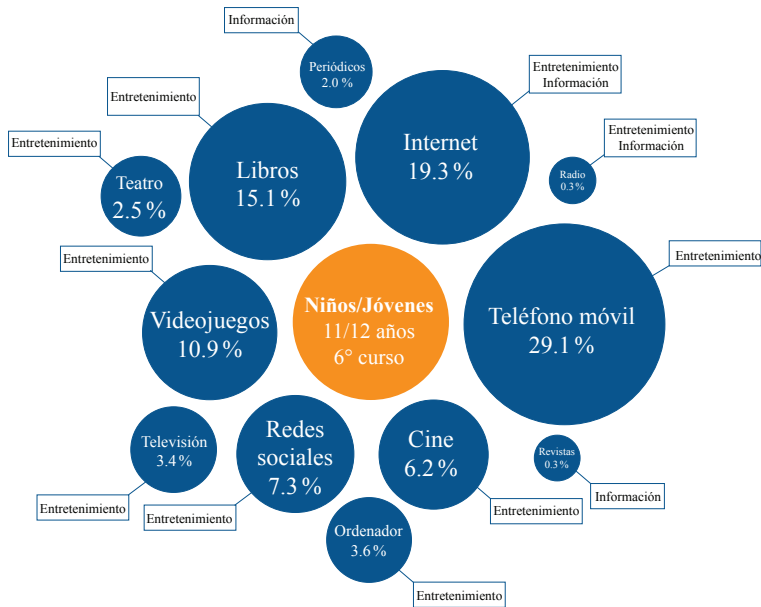
En cuanto a la motivación o la finalidad del uso de los medios de comunicación, la mayoría se asocia en cierta medida con el entretenimiento. La otra palabra vinculada a Internet, que no es entretenimiento, es *información*, que se distingue de los libros¹¹ como fuentes de conocimiento y entretenimiento. Los periódicos y las revistas, relacionados con las fuentes de información, y la radio, con la información y el entretenimiento, son medios con poca expresión en las preferencias cotidianas de los niños de entre 11 y 12 años.

Las respuestas de los alumnos de noveno curso (Figura 3) presentan patrones de repertorio mediático similares a los del grupo más joven, especialmente en relación con la preferencia de los teléfonos móviles (37.0%), seguidos de Internet (28.2%). Sin embargo, las preferencias siguientes demuestran una prevalencia de los medios digitales. Las redes sociales (8.8%) ocupan el tercer lugar en las preferencias, y superan a los libros (sexta posición), mientras que los videojuegos (8.0%) y los ordenadores (6.4%) ocupan el cuarto y quinto lugar en el repertorio mediático de los niños. Ir al cine y al teatro, ver la televisión, escuchar la radio o leer revistas y periódicos tienen menor presencia entre este grupo de edad.

Entre las motivaciones señaladas por los alumnos de sexto curso, *entretenimiento* es la palabra más común asociada a cada medio. El conjunto de medios que definen como fuente de conocimiento son los libros, periódicos e Internet, aunque el entretenimiento también está

¹¹ Los cuestionarios no indican si existe una distinción entre los libros definidos en el programa escolar y los libros en general.

FIGURA 2
 REPERTORIO MEDIÁTICO DE SEXTO CURSO

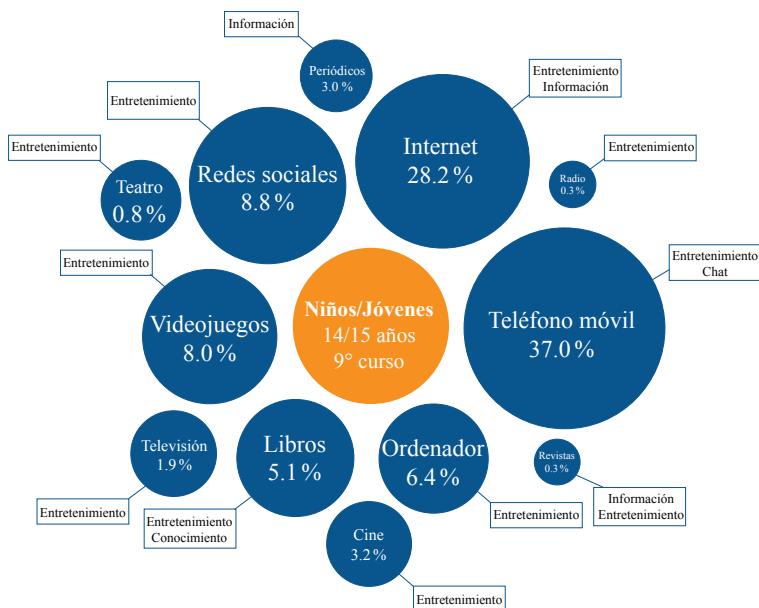


Fuente: Elaboración propia.

vinculado a este último. Para los de noveno grado, al igual que para los de mayor edad, a los teléfonos móviles se añade otra función: la comunicación a través del chat.

Para el grupo de mayor edad (Figura 4), en su mayoría estudiantes de entre 17 y 18 años, los teléfonos móviles destacan en relación con todos los demás tipos de medios. El patrón se aproxima al de los alumnos de noveno curso, donde Internet y las redes sociales aparecen como las cinco respuestas más frecuentes, aunque los libros recuperan dos posiciones en el orden de preferencia al ocupar el cuarto puesto. La televisión, aunque de relevancia reducida para los tres grupos de edad, alcanza el porcentaje más bajo (1.9%) entre los alumnos de noveno curso, el 3.4% para los de sexto y el 3.3% para los de duodécimo. Otra

FIGURA 3
 REPERTORIO MEDIÁTICO DE NOVENO CURSO



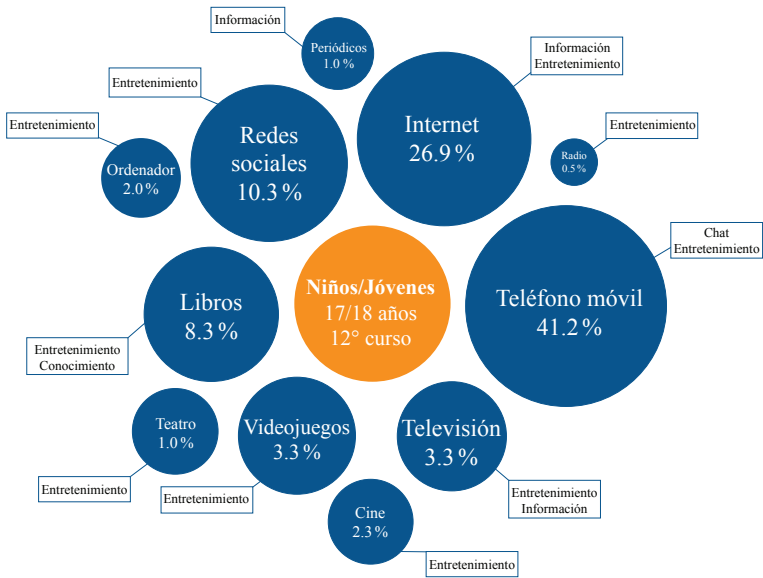
Fuente: Elaboración propia.

diferencia relevante es que, para los niños de 11 a 12 y de 14 a 15 años, la televisión es solo una fuente de entretenimiento, mientras que para el grupo de mayor edad la información también es una de sus funcionalidades.

Los periódicos y la radio tienen poca importancia, y las revistas no se incluyeron en el repertorio mediático de los alumnos de duodécimo curso. La radio solo se asocia con el entretenimiento y la información para los alumnos de sexto curso, ya que para los de noveno y duodécimo es una fuente de entretenimiento. Los ordenadores alcanzan su mínima expresión entre el grupo de mayor edad y se caracterizan como otra fuente de entretenimiento, mientras que la información o el conocimiento no se citan. La información está vinculada a Internet. A

su vez, el teléfono móvil tiene la mayor presencia entre los alumnos de duodécimo curso en comparación con los demás años de escolarización. Al igual que el grupo de 14 a 15 años (noveno curso), los alumnos de duodécimo curso asocian los teléfonos móviles con la información y la comunicación.

FIGURA 4
 REPERTORIO MEDIÁTICO DE DUODÉCIMO CURSO

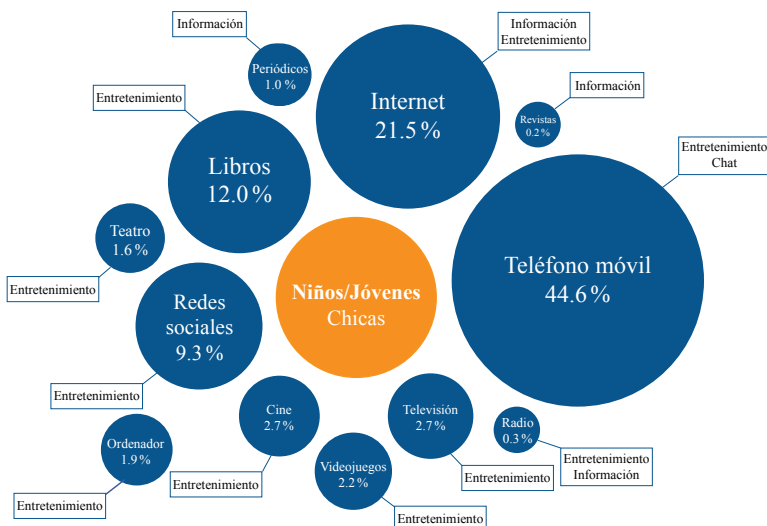


Fuente: Elaboración propia.

Repertorios mediáticos por sexo

Según Kim (2016) y Taneja et al. (2012), la edad y el nivel de educación son factores explicativos relevantes para analizar una composición del uso de los medios. El análisis presentado en este artículo también incluye la variable de diferenciación por sexo para identificar similitudes y diferencias entre los patrones de preferencia y uso de los medios en las actividades rutinarias. Las Figuras 5 y 6 presentan los repertorios mediáticos diferenciados por sexo.

FIGURA 5
 REPERTORIO MEDIÁTICO DE LAS CHICAS

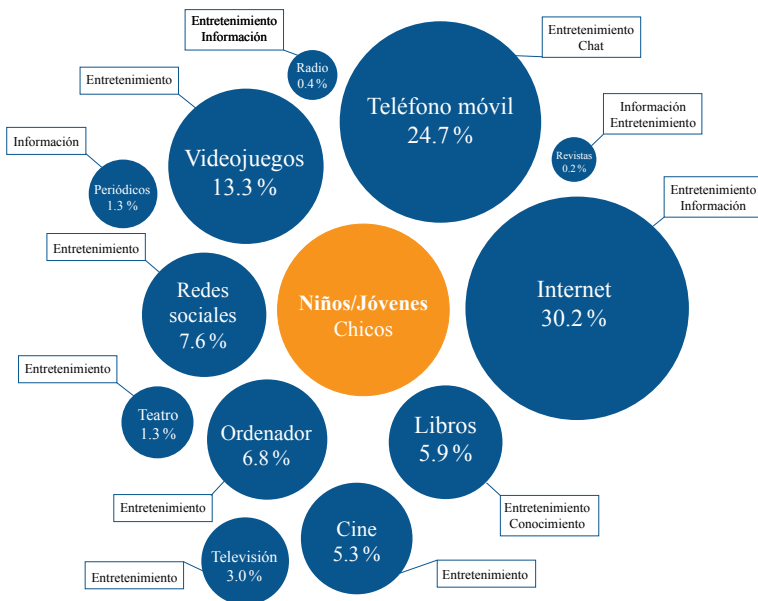


Fuente: Elaboración propia.

Como muestra la Figura 5, los teléfonos móviles son la respuesta más común como medio preferido entre las chicas. Para las chicas y los chicos, existe una interpretación de los teléfonos móviles como fuente de entretenimiento, incluida la posibilidad de ver películas y series de televisión. El segundo uso más citado del teléfono móvil se refiere a chatear y comunicarse con amigos y familiares, especialmente en el caso de las chicas. El uso de teléfonos móviles para navegar y buscar en Internet es frecuente entre los chicos. El teléfono móvil fue señalado por el 3.4% de las chicas como herramienta para informarse, mientras que en el caso de los chicos el porcentaje es del 2.1%. El uso del móvil para pasar el tiempo y relajarse fue indicado por el 2.9% de las chicas y el 2.3% de los chicos.

Internet es el segundo medio más mencionado por las chicas como parte de su repertorio y engloba las distintas formas de acceder al ciberespacio, mientras que para los chicos, Internet aparece como el principal medio preferido.

FIGURA 6
 REPERTORIO MEDIÁTICO DE LOS CHICOS



Fuente: Elaboración propia.

Las palabras asociadas a Internet variaban desde *entretenimiento*, *información*, *chat*, *abrir la mente*, *aprender* y *pasar el tiempo*. El 30.9% de las chicas y el 35.7% de los chicos indicaron que era una fuente de entretenimiento. El 32.4% de las chicas y el 23.4% de los chicos indicaron que estaba asociado a la información. El 10.1% de las chicas y el 14.9% de los chicos mencionaron navegar y buscar en Internet, mientras que su uso como forma de adquirir conocimiento representa el 4.0% de las respuestas de las chicas y el 3.6% de los chicos. Ver Internet como una herramienta para estar en contacto con la familia, los amigos y chatear es también más frecuente entre las chicas, con un 11.7% frente al 7.4% de los chicos.

Los libros, por su parte, se asocian predominantemente a una fuente de entretenimiento, un 39.5% en el caso de las chicas y un 27.4% en

el de los chicos. Los libros también se relacionan con la apertura de la mente a nuevas ideas, 19.6% para las chicas y 19.1% para los chicos, y con una fuente de información, 11.7% para las chicas y 18.3% para los chicos. La respuesta que define los libros como una forma de distracción y de pasar el tiempo corresponde al 4.8% de las chicas y al 4.2% de los chicos. Y los libros como aburridos y/o una pérdida de tiempo corresponde al 1.6% para las chicas y al 4.2% para los chicos.

Las redes sociales, incluidas YouTube, Facebook, Instagram y TikTok, entre otras, son percibidas predominantemente como entretenimiento para el 56.8% de las chicas y el 53.5% de los chicos. Para el primer grupo, el 18% afirmó que las redes sociales son una herramienta para chatear y comunicarse con la familia y los amigos, pero el porcentaje es mayor para los chicos, el 21%. Las redes sociales como herramienta para buscar información y aprender surgen con un porcentaje bajo, un 5.5% y un 0.3% para las chicas, y un 3.4% y un 0.4% para los chicos.

Las respuestas que identifican la televisión como fuente de información corresponden al 24.7% de las chicas y al 18.6% de los chicos, mientras que relajarse y pasar el tiempo fue referido por el 3.7% de las chicas y el 4% de los chicos.

Tanto para las chicas como para los chicos, ir al cine y ver películas se asocia con diversión, entretenimiento y una forma de pasar el tiempo. Diversión/entretenimiento corresponde al 84.8% de las respuestas de las chicas y al 82% de los chicos, y para relajarse y pasar el tiempo al 5% de las chicas y al 5.1% de los chicos. También se definió como una fuente de conocimiento y para “abrir la mente”, aunque este tipo de respuesta fue más común entre las chicas, un 3.2% en relación con el 2.8% de los chicos. La asociación de las películas con el aprendizaje también fue prevalente para las chicas (1.8%) en relación con los chicos (0.8%), aunque los porcentajes fueron inversos para la definición del cine y las películas como herramienta para informarse, 1.1% para los chicos y 0.3% para las chicas.

Para el 82.8% de los chicos, los videojuegos son una fuente de entretenimiento, frente al 79.5% de las chicas. La identificación de los videojuegos a como pérdida de tiempo y/o aburridos solo surgió en el 3.5% de las respuestas de las chicas y en el 0.4% de los chicos.

Las revistas, los ordenadores, el teatro, los periódicos (impresos y digitales) y la radio aparecen en un número reducido de respuestas, pero cuando se añaden al repertorio de medios, las asociaciones predominantes son información y entretenimiento. En el caso del teatro, el 74.5% de las chicas y el 62.6% de los chicos lo definen como entretenimiento. Para el 3.2% de las chicas y el 1.5% de los chicos el teatro es una herramienta para aprender y abrir la mente, un 4.3% y un 3.8% respectivamente.

Las revistas y los periódicos son percibidos como fuentes de información, aunque las revistas también son definidas como entretenimiento. Para el 77.9% de las chicas y el 62.6% de los chicos, los periódicos están vinculados a la idea de que comparten/producen información. En el caso de las revistas, los porcentajes corresponden al 45.5% y al 36.8%. Las revistas son percibidas como entretenimiento por el 22.3% de las chicas y el 18.4% de los chicos. En cuanto a los periódicos, esta percepción desciende al 3.4% y al 5.7%.

Los ordenadores se utilizan para cuatro finalidades principales. La primera es el entretenimiento: el 49.8% de las chicas y el 62.6% de los chicos. La segunda finalidad más mencionada es aprender (el 21.3% de las chicas y el 11.8% de los chicos), seguida del acceso a la información (el 8.5% de las chicas y el 5.3% de los chicos), y la navegación y búsqueda en Internet (el 9.1% de las chicas y el 4.2% de los chicos).

Las respuestas indicaron patrones comunes entre chicos y chicas, especialmente en cuanto a los medios preferidos, es decir, teléfonos móviles e Internet. Las motivaciones están asociadas con el entretenimiento, la comunicación/chat y la información.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Conocer mejor el modo en que los niños y jóvenes se relacionan con los distintos entornos y se comunican entre sí puede ayudarnos a comprender mejor sus visiones del mundo y sus modos de participación individual y en grupo.

Los repertorios mediáticos abarcan una variedad de puntos de vista, incluida la convergencia mediática, la mezcla entre medios antiguos y nuevos, y una multiplicidad de patrones de uso. Este enfoque permite comprender las formas en que los medios, vistos como especies dentro

de una ecología mediática más amplia (Scolari, 2015), interactúan y coexisten a través de las actividades cotidianas. Así, en lugar de centrarnos en un único tipo de medio, usamos el enfoque del repertorio mediático para destacar un análisis más exhaustivo.

El examen de los datos extraídos de los cuestionarios reveló que, a pesar de la amplia gama de medios de comunicación disponibles, existen puntos en común a lo largo de los tres años de escolarización, como la prevalencia de los teléfonos móviles y el acceso a Internet. Estos datos confirman la idea de Livingstone (2022) de que la cultura de los niños y jóvenes es cada vez más una cultura de Internet.

La prevalencia de los teléfonos móviles ha aumentado a lo largo de los años, lo que no es sorprendente teniendo en cuenta otros estudios que comparan el uso de los teléfonos móviles entre diferentes grupos de edad (Smahel et al., 2020). La preferencia por los teléfonos móviles combinados con el acceso a Internet puede relacionarse con diferentes factores, como la portabilidad (Silva et al., 2017), la multifuncionalidad y la convergencia (Jenkins, 2004). Los teléfonos móviles suelen ser de uso individual, por lo que ofrecen más independencia y libertad de elección para acceder a los contenidos. A pesar de la multifuncionalidad de esta herramienta, sus usos se concentran en funciones específicas. Como afirmaron Smahel et al. (2020):

Aunque el uso generalizado de dispositivos móviles se asocia a un mayor número de actividades en línea, la gama de actividades que se realizan no es necesariamente más variada. Los niños siguen dedicándose sobre todo a actividades de comunicación y entretenimiento (p. 34).

Si bien los motivos por los que los participantes en este estudio utilizan sus teléfonos son diversos, citan principalmente la comunicación y el entretenimiento, sobre todo en el caso de los alumnos de noveno y duodécimo curso. Los alumnos de sexto curso parecen utilizar el móvil con menos frecuencia para la interacción social. Los principales usos de Internet son la información y el entretenimiento.

El estudio también demuestra que la dieta mediática de la generación más joven sigue incluyendo medios convencionales, a pesar de no contar con la centralidad de los medios digitales. Como destacan Hase-

brink y Paus-Hasebrink (2022), el surgimiento de nuevas tecnologías, como los teléfonos inteligentes y las tabletas, no implica necesariamente la extinción de las tecnologías anteriores. En su lugar, deberíamos hablar de distinción funcional.

Aunque la mayoría de los participantes utiliza nuevos medios, los alumnos de sexto y noveno curso siguen viendo la televisión como fuente de entretenimiento. A medida que crecen, la televisión también les sirve como fuente de información. Los libros, que son especialmente importantes para los alumnos de sexto y duodécimo curso, presentan un descenso en las respuestas de los de noveno. Para todos los grupos de edad los libros están asociados a proveedores fiables de información y entretenimiento. En cuanto a las diferencias de género, las chicas ven los libros sobre todo como una fuente de diversión, mientras que los chicos los ven como un medio de información. A lo largo de los tres cursos escolares, los periódicos, la radio y la prensa tienen un peso mínimo.

Si bien los niños y jóvenes de la muestra interactúan con los medios de comunicación de diversas formas y por distintos motivos, todos los alumnos comparten un uso principal común de los medios: el entretenimiento, seguido de la comunicación. Aunque Internet parece ser una fuente de información, los alumnos suelen identificarla con medios a los que no prestan tanta atención, como la radio y los periódicos.

El concepto de repertorios mediáticos nos permite considerar la variedad de medios que los niños y los jóvenes consumen y con los que se relacionan. Según la metáfora ecológica, los individuos muestran preferencia por un pequeño número de especies dentro del ecosistema mediático, a pesar de tener acceso a una amplia variedad de medios en su vida cotidiana. En consonancia con la idea de convergencia tecnológica y cultural, Internet y los teléfonos móviles ocupan sin duda un lugar central en los repertorios mediáticos de los participantes.

AGRADECIMIENTOS

Este trabajo está financiado con fondos nacionales a través de la FCT (Fundación Portuguesa para la Ciencia y la Tecnología), en el marco del proyecto titulado *bYou - Study on children and young people's experiences and expressions of the media* (*bYou: estudio de las vi-*

vencias y expresiones de niños y jóvenes sobre los medios) [PTDC/COM-OUT/3004/2020].¹² Este proyecto se lleva a cabo en el Centro de Estudios de Comunicación y Sociedad de la Universidad de Minho, Portugal.

Referencias bibliográficas

- European Union. (2023, 24 de marzo). COMMISSION DELEGATED REGULATION (EU) 2023/674 of 26 December 2022 amending the Annexes to Regulation (EC) No 1059/2003 of the European Parliament and of the Council on the establishment of a common classification of territorial units for statistics (NUTS). *Official Journal of the European Union*. https://eur-lex.europa.eu/eli/reg_del/2023/674/oj
- Floridi, L. (2015). Introduction. En L. Floridi (Ed.), *The onlife manifesto: Being human in a hyperconnected era* (pp. 1-3). Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-04093-6>
- Hasebrink, U. & Domeyer, H. (2012). Media repertoires as patterns of behaviour and as meaningful practices: A multimethod approach to media use in converging media environments. *Participations. Journal of Audience and Reception Studies*, 9(2), 757-779. <https://www.participations.org/09-02-41-hasebrink.pdf>
- Hasebrink, U. & Paus-Hasebrink, I. (2022). Long-term trends in children's consumption of media. En D. Lemish (Ed.), *The Routledge International Handbook of Children, Adolescents, and Media* (pp. 41-48). Routledge.
- Hasebrink, U. & Popp, J. (2006). Media repertoires as a result of selective media use. A conceptual approach to the analysis of patterns of exposure. *Communications*, 31, 369-387. <https://doi.org/10.1515/COMMUN.2006.023>
- Heeter, C. (1985). Program selection with abundance of choice: A process model. *Human Communication Research*, 12(1), 126-152. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.1985.tb00070.x>

¹² <https://doi.org/10.54499/PTDC/COM-OUT/3004/2020>

- Jenkins, H. (2004). The cultural logic of media convergence. *International Journal of Cultural Studies*, 7(1), 33-43. <https://doi.org/10.1177/1367877904040603>
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press.
- Kim, S. J. (2016). A repertoire approach to cross-platform media use behavior. *New Media & Society*, 18(3), 353-372. <https://doi.org/10.1177/1461444814543162>
- Livingstone, S. (2022). Children's internet culture. En D. Lemish (Ed.), *The Routledge International Handbook of Children, Adolescents, and Media* (pp. 110-118). Routledge.
- McLuhan, M. (1964). *Understanding media: The extensions of man*. McGraw-Hill.
- McLuhan, M. (2009). *Compreender-me: Conferências e entrevistas* [Understanding me: Lectures and interviews]. Relógio d'Água.
- Nystrom, C. (1973). *Towards a science of media ecology: The formulation of integrated conceptual paradigms for the study of human communication systems* [Tesis doctoral, New York University]. ProQuest Dissertations & Theses Global.
- Postman, N. (1970). The reformed English curriculum. En A. C. Eurich (Eds.), *High school 1980: The shape of the future in American secondary education* (pp. 160-169). Pitman Publishing.
- Reagan, J. (1996). The "repertoire" of information sources. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 40(1), 112-121. <https://doi.org/10.1080/08838159609364336>
- Scolari, C. A. (2015). Introducción. Ecología de los medios: De la metáfora a la teoría (y más allá) [Introduction. Media ecology: From metaphor to theory (and beyond)]. En C. A. Scolari (Ed.), *Ecología de los medios: Entornos, evoluciones e interpretaciones* (pp. 15-42). Editorial Gedisa.
- Silva, M. T. D., Figueiras, R., Brites, M. J., Amaral, I., Marôpo, L., Santos, S. C., Jerónimo, P., Santo, P. E. & Pacheco, L. (2017). Audiências e cross-media: Estudo de padrões de consumo de notícias em Portugal [Audiences and cross-media: study of news consumption patterns in Portugal]. *Estudos em Comunicação*, 25, 177-199. <https://doi.org/10.20287/ec.n25.v1.a11>

- Smahel, D., Machackova, H., Mascheroni, G., Dedkova, L., Staksrud, E., Ólafsson, K., Livingstone, S. & Hasebrink, U. (2020). *EU Kids Online 2020: Survey results from 19 countries*. EU Kids Online. <https://doi.org/10.21953/lse.47fdeqj01ofo>
- Strate, L. (2004). A media ecology review. *Communication Research Trends*, 23(2), 1-48. <http://cscs.scu.edu>
- Strate, L. (2008). Studying media as media: McLuhan and the media ecology approach. *MediaTropes*, 1, 127-142. <https://mediatropes.com/index.php/Mediatropes/article/view/3344>
- Schwarzenegger, C. (2020). Personal epistemologies of the media: Selective criticality, pragmatic trust, and competence-confidence in navigating media repertoires in the digital age. *New Media & Society*, 22(2), 361-377. <https://doi.org/10.1177/14614448198569>
- Taneja, H., Webster, J. G., Malthouse, E. C. & Ksiazek, T. B. (2012). Media consumption across platforms: Identifying user-defined repertoires. *New Media & Society*, 14(6), 951-968. <https://doi.org/10.1177/1461444811436146>
- Yuan, E. J. & Webster, J. G. (2006). Channel repertoires: Using people-meter data in Beijing. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 50(3), 524-536. https://doi.org/10.1207/s15506878jobem5003_10

SEMBLANZAS

Sara Pereira

Profesora asociada en el Departamento de Ciencias de la Comunicación e investigadora en el Centro de Estudios de Comunicación y Sociedad (CECS) de la Universidad de Minho, Portugal. Doctora en Estudios de la Infancia, especialidad en Educación en Medios, por la Universidad de Minho. Es investigadora principal del proyecto *bYou – Estudio de las vivencias y expresiones de niños y jóvenes sobre los medios*, financiado por la Fundación Portuguesa para la Ciencia y la Tecnología (PTDC/COM-OUT/3004/2020). Ha presidido el Consejo Asesor del Plan

Nacional de Alfabetización Mediática y es una de las coordinadoras del Observatorio de Medios, Información y Alfabetización (MILObs). Sus principales áreas de investigación son la alfabetización mediática, los niños y jóvenes y los medios, la participación y los derechos de expresión de los niños y jóvenes, y las audiencias y prácticas de uso de los medios de comunicación.

Daniel Brandão

Profesor auxiliar del Departamento de Ciencias de la Comunicación e investigador del Centro de Estudios de Comunicación y Sociedad (CECS) de la Universidad de Minho, Portugal. Es licenciado en Diseño de Comunicación (2004), máster en Arte Multimedia (2008) y doctor en Medios Digitales, especializado en Creación de Contenidos Audiovisuales e Interactivos, por la Universidad de Porto. Actualmente es Co-PI del proyecto *bYou – Estudio de las vivencias y expresiones de niños y jóvenes sobre los medios*, financiado por la Fundación para la Ciencia y la Tecnología (PTDC/COM-OUT/3004/2020). Sus principales áreas de investigación son el diseño de la comunicación, la comunicación audiovisual, los medios digitales, video y artes multimedia, el video participativo, el cine documental y etnográfico, el patrimonio inmaterial y cultural, y el rescate de la memoria oral.

Mariana Menezes Neumann

Doctora en Artes Visuales por la Universidad Federal de Río de Janeiro (PPGAV/UFRJ), maestra en Relaciones Internacionales por la Universidad Federal Fluminense (UFF) y licenciada en Ciencias Sociales por la Pontificia Universidad Católica de Río de Janeiro (PUC-Rio). Es investigadora del proyecto de investigación *bYou – Estudio de las vivencias y expresiones de niños y jóvenes sobre los medios*, en curso en la Universidad de Minho y financiado por la Fundación Portuguesa para la Ciencia y la Tecnología.

Marisa Mourão

Estudiante de doctorado en Ciencias de la Comunicación en la Universidad de Minho e investigadora del Centro de Estudios de Comunicación y Sociedad de la Universidad de Minho. Es miembro del proyecto *bYou - Estudio de las vivencias y expresiones de niños y jóvenes sobre los medios*, coordinadora del Grupo de Trabajo de Jóvenes Investigadores de la Asociación Portuguesa de Ciencias de la Comunicación y directora de la *Revista Comunicando*. También es miembro del Observatorio de Medios, Información y Alfabetización (MILObs) y del think tank *Communitas*. Sus principales intereses de investigación se centran en los medios de comunicación y la ciudadanía, en particular la alfabetización mediática y los niños y los medios de comunicación.