

Ana Luísa Melro
Socióloga, mestre em
Sociologia da Infân-
cia pela Universidade
do Minho, membro
do CETAC.MEDIA,
doutora em Informação
e Comunicação em
Plataformas Digitais
pela Universidade de
Aveiro, Portugal. Email:
alrmelro@gmail.com.
Link Portal DeGois:
[http://www.degois.pt/
visualizador/curriculum.
jsp?key=
4658735242452261](http://www.degois.pt/visualizador/curriculum.jsp?key=4658735242452261)

**Lídia Oliveira da
Silva**
Filósofa, doutora em
Ciências e Tecnologias
da Comunicação pela
Universidade de A-veiro.
Investigadora do CE-
TAC.MEDIA. Docente na
Universidade de Aveiro,
, Portugal. Email: [lidia@
ua.pt](mailto:lidia@ua.pt). Link DeGois:
[http://www.degois.pt/
visualizador/curriculum.
jsp?key=
3915920968130714](http://www.degois.pt/visualizador/curriculum.jsp?key=3915920968130714)

Penetração dos novos media no quotidiano de três gerações residentes no meio rural português: breve reflexão histórica*

**The new media's penetration
in the daily routines of three
generations living in the
countryside of Portugal: a
brief historical reflection**

**Penetración de los nuevos
media en el cotidiano de tres
generaciones residentes en el
medio rural portugués: una
breve reflexión histórica**

* Uma primeira versão deste artigo foi apresentada ao X Congresso da LUSOCOM – Comunicação, Cultura e Desenvolvimento. 27-29 Setembro de 2012, Lisboa.

RESUMO

Desde finais da década de 1950, com o aparecimento e progressiva disseminação da televisão pelas casas portuguesas (atualmente presente em mais de um compartimento, em parte significativa delas), passando pelo computador, na década de 1970 e, finalmente, a forma como, na década de 1990, iniciou-se o processo de distribuição do celular, há toda uma história associada sobre a qual é importante refletir. No meio rural português, qual foi o caminho traçado pelos seus residentes até à “domesticação” (BERKER et al., 2005; SILVERSTONE; HADDON, 1996) de cada um dos *media* – televisão, computador e celular? Da utilização quase exclusiva em espaços públicos até à integração dos *media* no espaço doméstico e nas dinâmicas familiares e sociais, houve um caminho percorrido, quer pelos *media*, que vão sofrendo alterações constantes, quer pelos indivíduos adaptando-se a essas alterações, mas também exigindo que os primeiros moldem-se às suas necessidades e exigências, fazendo, por isso, que nunca percam o epíteto de “novo”. O artigo apresenta uma análise e reflexão sobre o modo como os novos *media* penetraram no cotidiano de três gerações familiares (avós, pais e filhos) e na forma como estas, residentes em meio rural, transformaram a apropriação dos *media* em um ato contínuo. A análise e as reflexões têm por base os dados empíricos recolhidos no contexto da investigação “Gerações de ecrã em meio rural: estudo dos novos *media* no quotidiano rural português de três gerações”.

Palavras-chave: Gerações de ecrã. Perspetiva sócio-histórica dos *media*. Meio rural.

ABSTRACT

With the emergence and progressive spread of television in Portuguese homes since the late 1950s (most of them have TVs in more than one room), computers in the 1970s and cell phones in the 1990s, there is a story that must be considered. In the Portuguese countryside, what path did its residents follow until the “domestication” (BERKER et al., 2005; SILVERSTONE, HADDON, 1996) of each kind of *media* – television, computer and cell phone? From the almost exclusive use in public spaces to the *media* integration in homes and in family and social dynamics, there was a path followed, either by the *media* (which is subject to constant changes), or by individuals adapting to such changes, but also requiring that the former mold itself to their needs and demands, thus making them never lose the epithet of “new”. This paper presents an analysis and reflection on how the new *media* entered the everyday life of three family generations (grandparents, parents and children) and how these people, living in the countryside of Portugal, have transformed the appropriation of *media* into a continuous act. The analysis and reflections are based on empirical data collected during an investigation entitled “Screen generations in rural areas: a study of the new *media* in the everyday life rural of three Portuguese generations.”

Keywords: Screen generations. A socio-historical perspective of *Media*. Countryside.

RESUMEN

Con la aparición y progresiva diseminación de la televisión por las casas portuguesas (actualmente hay aparatos en más de un compartimento en una parte significativa de ellas) desde finales de la década de 1950, del ordenador en la década de 1970 y, finalmente, del teléfono celular en la década de 1990, hay toda una historia asociada sobre la cual es importante reflejar. En el medio rural portugués, cual fue el camino trazado por sus residentes hasta la “domesticación” (BERKER et al., 2005; SILVERSTONE; HADDON, 1996) de cada uno de los *media* – televisión, ordenador y teléfono celular? De la utilización casi exclusiva en espacios públicos hasta la integración de los *media* en el espacio doméstico y en las dinámicas familiares y sociales, hubo un camino recorrido quiere por los *media*, que van sufriendo alteraciones constantes, quiere por los individuos que se van adaptando a esas alteraciones, pero también exigiendo que los primeros se van moldeando a sus necesidades y exigencias, haciendo, por eso, que nunca pierdan el epíteto de “nuevo”. El artículo pretende presentar un análisis y reflexión sobre el modo como los nuevos *media* penetraron en el cotidiano de tres generaciones familiares (abuelas, padres e hijos) y la forma como estas, residentes en medio rural, transformaron la apropiación de los *media* en un acto contínuo. El análisis y reflexiones tienen por base los datos empíricos recogidos en el contexto de la investigación: “Generaciones de pantalla en medio rural: estudio de los nuevos medios en el cotidiano rural portugués de tres generaciones”.

Palabras clave: Generaciones de pantalla. Perspectiva socio-histórica de los *media*. Medio rural.

Submetido em: 9.11.2012

Aceito: 14.6.2013

Introdução

Como se assistia televisão nas décadas de 1950, 1970 e 1990? Que importância tem hoje este *medium* no seio familiar? Que papel tem o celular na vida dos indivíduos nascidos nas três décadas? Que diferenças existem nas formas de brincar e trabalhar nas três gerações? Será que todas sabem como se fazia e se fazem estas práticas? Estas foram algumas das questões que motivaram a escolha da temática e para as quais, através da investigação desenvolvida, tentou-se encontrar resposta.

Estão em causa três gerações – os nascidos na década de 1950, 1970 e 1990 – e o objetivo foi enquadrar o surgimento ou a massificação dos *media* em Portugal nos anos em que tal aconteceu. A televisão teve as primeiras emissões em 1956; o computador massificou-se, em Portugal, em 1980; por fim, o celular começou a ser utilizado na década de 1990 e, rapidamente, qualquer pessoa sentiu necessidade de adquirir o seu.

O contexto central do estudo é o meio rural e, por isso, assume aqui uma importância elevada. O acesso, a utilização, o nível de conhecimento, a motivação, entre muitos outros fatores, são pensados de que forma quando a referência é feita à população residente no meio rural? Em termos quantitativos, as estatísticas do

Bareme Internet (MARKTEST, 2009) dizem que a posse de computador portátil no lar é de 41,3% na região interior norte de Portugal, e no Sul é de 40%, as mais baixas do país, zonas de maior concentração de população rural de acordo com informação do Instituto Nacional de Estatística (INE, 2010). Mas será que há uma diferença significativa na utilização dos *media* no meio rural?

Não se pretende apresentar um estudo comparativo entre os diferentes meios geográficos (rural vs. urbano); pretende-se, sim,

- analisar a utilização dos novos *media*/ecrãs pelos residentes em âmbito rural;
- compreender a percepção que os indivíduos do meio rural têm da utilização de ecrãs;
- compreender como as três gerações – nascidas nas décadas de 1950, 1970 e 1990 – utilizam os novos *media*/ecrãs.

Desta forma, a questão que norteia a investigação e o artigo é a seguinte: *Quais as dinâmicas de utilização dos novos media/utilização de ecrãs em três gerações distintas, em meio rural?*

O meio rural português – breve caracterização ao longo das décadas de 1950, 1970 e 1990

Ao longo dos anos, o meio rural português sofreu alterações profundas: a agricultura era a atividade predominante nos anos 1950/1960, deixando de acontecer a partir do final do século XX, originando uma diminuição das pessoas que se dedicam ao cultivo da terra; aliás, a população residente iniciou mesmo um processo de migração para as zonas urbanas, deixando as rurais um pouco envelhecidas e, conseqüentemente, progressivamente desertificadas (CEE, 1988, p. 5-6).

No início da década de 1970, o acontecimento político do 25 de Abril de 1974 originou mudanças sociais, culturais, econômicas, entre outras, que fizeram retomar a vontade de voltar a Portugal. Para além disso, assistiu-se também a um forte movimento dos retornados, que se viram forçados a regressar das ex-colônias. No entanto, estes movimentos populacionais não se deram para as áreas mais rurais, mas, sim, para as cidades, onde existiam as oportunidades de emprego (CEE, 1988; PORTELA, 1997).

Na década de 1990, as principais mudanças, em termos espaciais, foram influenciadas, sobretudo, pelas evoluções tecnológicas, bem como pela sua utilização por parte dos indivíduos. Utilizando a explicação de Baptista (2011) para descrever o rural que começou a aparecer a partir do final do século passado, pode-se dizer que "as pequenas vilas e aldeias são ainda um rural familiar e de nascimento, onde a população continua a envelhecer e a declinar, mas onde também se verificam novas dinâmicas, hábitos e atitudes" (BAPTISTA, 2011).

Para além deste retorno pontual às raízes, identificado por Baptista (2011), há a considerar que a ubiquidade e a transversalidade de espaços que os *media* possibilitam levaram a que muitas pessoas procurassem o rural, não apenas para tempos de lazer, mas igualmente para fixar a sua residência. Intensificam-se, por isso, os movimentos pendulares campo-cidade, e o primeiro passa a ser designado como "dormitório", por ser aquilo que representa para boa parte de sua população residente (CEE, 1988). Mas crescem também os pequenos negócios, ou os mais familiares (exemplo do turismo rural), mais uma vez proporcionados pela existência de novos *media*,

que facilitam a divulgação de locais muito distantes e desconhecidos.

Resumidamente, pode-se dizer que o rural dos anos 1950 era um rural residente e laboral; o dos anos 1970 era de migração e o dos anos 1990, um rural familiar e afetuosos. O rural do século XXI está começando a ser um rural empreendedor (pequenos negócios), dos tempos livres e pendular.

Perspectiva sócio-histórica e cultural da integração dos media em Portugal

A explosão da tecnologia em Portugal, à semelhança do resto do mundo, não foi linear, uma vez que a investigação e o desenvolvimento à sua volta são um processo que pode durar décadas até à sua utilização massiva. Pensando no início da década de 1950, a lembrança que pode surgir associada aos *media* é a do rádio e do telefone fixo; aliás, foram essas mesmas tecnologias que permitiram e incentivaram em Portugal o desenvolvimento da televisão, em finais da década de 1950, e do celular, já na década de 1990 (WILLIAMS, 1989, p. 101).

Foi no final dos anos 1970 que surgiram os primeiros computadores em Portugal, disponíveis apenas em meio empresarial e universitário; no início da década de 1980, começaram a chegar a alguns lares, com um tamanho menor e preço mais acessível.

A década de 1990 é profícua em desenvolvimento e disseminação de tecnologia. As televisões transformam-se, bem como os computadores, e tornam-se mais frequentes: a percentagem de residências com televisor sobe de 91,3% em 1991 (VIEIRA, 2001, p. 55), para perto dos 97% em 1999¹. Surgem também

¹ Disponível em: <http://www.pordata.pt/Portugal/Ambiente+de+Consulta/Tabela>. Acesso em: 26 maio 2013.

os computadores portáteis; em 1990, apenas 5% das casas portuguesas têm computador, percentagem que aumenta para 31,4% em 1999 (POSSE, 2008) “e a partir desta data é a explosão dos PC em casa” (ROBERTO, 2010, p. 43).

As relações familiares, de trabalho e em contexto de lazer assumem diferenças visíveis. Inicialmente (1957), o acesso à televisão era realizado em espaços públicos (cafés, espaços de associações abertos ao público, como os escoteiros, entre outros). Apenas alguns meses mais tarde (1958), a televisão passou para a esfera privada familiar (existindo em 99,9% dos lares portugueses [CARDOSO; ESPANHA, 2009, p. 3]), à volta da qual todos os elementos da família reuniam-se para assistir aos programas disponíveis. Na década de 1980, o computador introduziu novos hábitos no local de trabalho (e, mais recentemente, na escola). Tarefas desenvolvidas unicamente de forma manual ganharam uma maior eficiência com a ajuda desta tecnologia. Nos anos 1990, o celular foi o terceiro ecrã que veio alterar algumas das rotinas implementadas, eliminando as barreiras espaciotemporais. Todos estes dispositivos ganharam uma presença no cotidiano dos indivíduos, tão próxima e tão indispensável, que faz com que estejam sempre com eles, assumindo quase uma relação de segunda pele.

Relativamente ao estudo concreto do uso dos *media* no meio rural, notícias com títulos como “Uma das escolas mais avançadas do mundo é portuguesa” (CAMPOS, 2010), “Escola portuguesa entre as mais inovadoras do mundo” (ESCOLA, s.d.) e “Escolas da Lousã entre as mais inovadoras do mundo” (ESCOLAS, 2011), dificilmente se associam ao rural, mas ganham especial destaque por encontrarem-se nesse meio.

E este destaque é relativo a um âmbito específico: o escolar. Mas também no espaço familiar, Portela (1997) demonstra a importância que vão ganhando os *media* no meio rural, sobretudo para as crianças. Diz o autor: "Em casa é a evasão frente à televisão, sempre que a deixam" (PORTELA, 1997, p. 6). Aliás, de acordo com estatísticas do OberCom, cerca de 32,3% de inquiridos do interior de Portugal, em 2009, utilizavam a internet, contrastando com 48,3% na grande Lisboa (CARDOSO; ESPANHA, 2009). Como refere Portela:

o Mundo Rural passa a ser mais mundo, porque este é progressivamente mais pequeno, cada vez mais facilmente entra portas adentro e, concomitantemente, ganham dimensão as aspirações socio-culturais dos seus residentes. (PORTELA, 1997, p. 7).

Ora, para que o desenvolvimento tecnológico seja favorecido nas regiões do interior de Portugal, é necessário que haja uma apetência para a sua utilização, quer em práticas de consumo, como de produção (trabalho ou escola); que as regiões desenvolvam igualmente a sua capacidade de iniciativa e empreendedora, mas isso, nos dias de hoje, só poderá ser realizado se auxiliado pelas tecnologias e pela educação para a sua utilização. Assim, concorda-se com Castells, que refere que "a tecnologia *per se* não resolve problemas sociais²" (CASTELLS, 1999, p. 3).

Tendo em consideração o nível de acesso, "a televisão [e dir-se-ia, o computador e a internet] está disponível para os recém-nascidos logo nas maternidades e mesmo as famílias mais carentes de tudo o resto não as dispensam" (PORTELA, 1997, p. 7),

² "[...] technology *per se* does not solve social problems."

não obstante, a “infoexclusão” é evidente em outros aspectos, ou seja,

O que está acontecendo é que regiões e firmas que concentram os sistemas de produção e administração mais avançados estão atraindo cada vez mais talentos de todo o mundo, deixando de lado uma parte significativa de sua própria população cujo nível educacional e habilidades culturais/técnicas não atendem às exigências do novo sistema de produção. (CASTELLS, 1999, p. 3)³.

Gerações de ecrã – usos e apropriações dos novos media em três gerações

Sendo o foco os indivíduos nascidos nas décadas de 1950, 1970 e 1990, o conceito de geração assume uma importância central no estudo que está a ser desenvolvido.

Geração compreende aqui, não apenas fatores quantitativos, como a idade ou a década de nascimento, mas também qualitativos, como o sentimento de pertença e a partilha de valores comuns entre membros da mesma geração ou o seu contraste (MANNHEIM, 1990, p. 132-136).

O boom da utilização das tecnologias propiciado pela internet na década de 1990 e a apropriação dos *media* de forma massiva, transversal e ubíqua permitiram a propagação de vários termos. Por exemplo, no estudo desenvolvido por Radford e Connaway (2007), os autores decidiram apropriar-se da designação de

³ “[...] what is happening is that regions and firms that concentrate the most advanced production and management systems are increasingly attracting talent from around the world, while leaving aside a significant fraction of their own population whose educational level and cultural/technical skills do not fit the requirements of the new production system.”

urban screenagers para referirem-se aos jovens com idades compreendidas entre os 12 e os 18 anos. Simões e Gouveia (2008) apelidam os jovens estudantes expostos às tecnologias digitais de *geração net*.

Teixeira-Botelho (2011) considera que os nascidos entre as décadas de 1990 e 2000 são a *geração extreme*. Buckingham (2006) fala da *net generation* e, a partir daqui, Ponte (2011) apresenta a existência de uma *geração digital*, confrontando-a com os *baby boomers*. Moura desenvolve uma investigação que designa de projeto *geração móvel* (MOURA, 2009, p. 59). A autora utiliza ainda os conceitos de *geração hippie* e *geração bit* para designar os pais e os filhos, respectivamente.

Henry Jenkins fala da *Geração transmedia* (JENKINS, 2010). Para o autor, estamos perante uma geração que relaciona informação de vários canais de comunicação; a palavra *transmedia* significa, por isso, através de vários meios (LOPES, 2011).

Mais próxima deste estudo é a designação de Rivoltella, que diz que “falamos de uma ‘geração ecrã’ que se destaca pelo fato de se relacionar com uma variedade de telas e marcada pela importante presença do telefone⁴” (RIVOLTELLA, 2010a, p. 6), ou seja, a forma como os jovens vivem em contacto com ecrãs, nomeadamente, através da presença importante do celular, faz deles uma geração de ecrã.

A forma como se utilizam dos *media*, tendo ecrãs como intermediários, obriga a que estes assumam um carácter epidérmico, construindo-se com eles uma relação de intimidade e de segunda pele, ainda que a

⁴ “[...] parla di una 'screen generation' contraddistinta dal facto di relazionarsi con una molteplicità di schermi e segnata dalla presenza importante del telefono cellulare.”

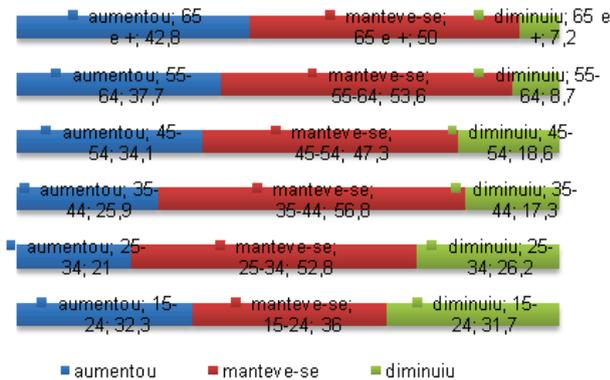
utilização se configure de forma dessemelhante entre as diferentes gerações e os *mídias* em questão (computador, celular e televisão). Aliás, Levinson (1998), quando aborda a questão dos ecrãs do século XX, alerta para as diferenças de natureza entre eles, nomeadamente, entre o da televisão e do computador e, neste contexto, apresenta a necessidade de realizar uma taxonomia dos ecrãs (LEVINSON, 1998, p. 199-211):

Apesar do rádio, da fotocópia, da edição electrónica e do fax, o século XX pode, na verdade, caracterizar-se como o século do ecrã. [...] A nossa pergunta, então, é que tipos de coisas aparecem em que tipo de ecrãs – especialmente ecrãs de computadores – e para que efeito. Para encontrar uma resposta, para começar a construir uma taxonomia dos ecrãs [...]. (LEVINSON, 1998, p. 199).

Passaram-se quinze anos da análise de Levinson, e é pertinente refletir sobre a natureza dos ecrãs, nomeadamente, ecrã de televisão, de computador e de celular, e a diferença de natureza entre eles. Embora ainda haja diferenças ontológicas entre eles, verifica-se um progressivo processo de diluição das respectivas especificidades com a convergência das funcionalidades e dos conteúdos. A televisão torna-se interativa e o seu consumo é personalizável e cada vez mais individual; usa-se o computador para fazer chamadas telefônicas, videochamadas etc. O ecrã, como característica unificadora, acaba por ser o lado visível de um processo de convergência em curso, que no curto ou médio prazo far-se-á sentir de forma mais sistêmica e sistemática nas lógicas de consumo e de sociabilidade dos utilizadores.

Como se verifica no Gráfico 1, a evolução do consumo da televisão tem sido diferente nas várias idades; nas gerações mais novas consegue-se perceber que esse consumo sofreu uma diminuição acentuada, no entanto, nunca chega a ser inexistente.

Gráfico 1 - Evolução do consumo de TV em relação a 5 anos atrás, por categoria etária (%)

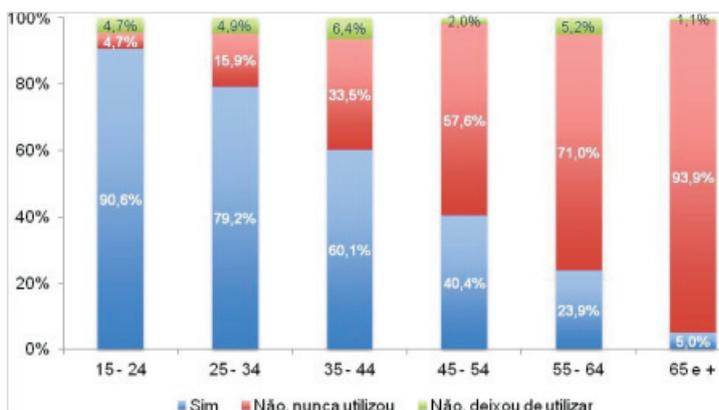


Fonte: Cardoso, Vieira e Mendonça (2011, p. 40)

Já em relação ao uso do computador, a maior parcela das pessoas utiliza-o com o objetivo de aceder à internet. De acordo com o Gráfico 2, a utilização do computador e da internet realiza-se no sentido inverso da televisão, tendo em consideração a idade.

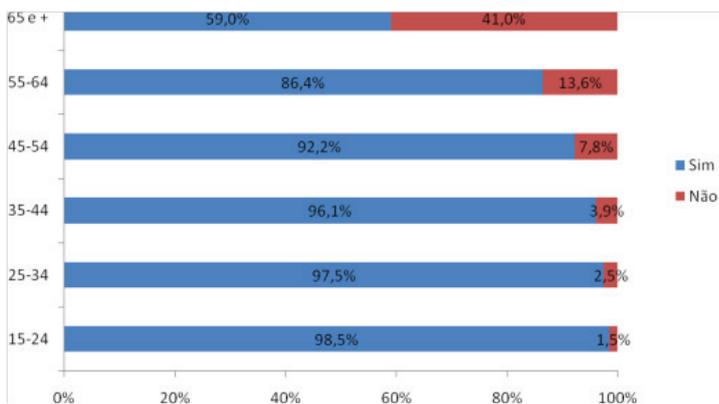
Relativamente ao celular, um estudo do Ober-Com demonstra que é neste segmento que a taxa de utilização é mais homogénea, sendo os indivíduos com mais de 64 anos os que menos possuem celular, mas, ainda assim, situando-se nos 59%.

Gráfico 2 - Utilizadores de Internet, por idade (%)



Fonte: OberCom. Inquérito Sociedade em Rede 2011 (CARDOSO; ESPANHA, 2012, p. 10)

Gráfico 3 - Tem celular? Por escalão etário (%)



Fonte: Cardoso, et al. (2012, p. 14)

Assim, entre a definição de geração – “um grupo identificável que partilha anos de nascimento, idade, localização e acontecimentos de vida em estágios críticos de desenvolvimento”⁵ (SMOLA; SUTTON, 2002, p.

⁵ “[...] an identifiable group that shares birth years, age, location, and significant life events at critical developmental stages.”

364) – e a definição de intergeracionalidade – “encontros de e trocas entre pessoas de gerações diferentes”⁶ (BAILEYA; NGWENYAMAB, 2010, p. 62) –, encontra-se o conceito de gerações, nas quais se pretende estudar as categorias relacionais dos avós, dos seus filhos (e também pais) e dos seus netos (e filhos dos segundos).

Se em um grau microssocial, o termo geração refere-se à posição de uma pessoa, envolvendo sua linhagem, em nível social, a geração define uma pessoa de acordo com a sua idade ou ano de nascimento. Estes dois níveis estão entrelaçados, com relações intergeracionais macrossociais (BENGSTON et al., 1993 apud WALKER; FONG, 2010, p. 425-426) em que é importante realçar os acontecimentos sociopolíticos e culturais que formam o conceito/ ambiência de desenvolvimento de uma dada geração. Tais acontecimentos são marcantes para a construção da identidade dessa mesma geração. Os *media* surgem, nesse contexto, como elementos/ ingredientes socioculturais e até políticos, constituintes da ambiência de cada grupo etário.

Apresentação e discussão de resultados – focus groups e diários

O que se pretendeu com a realização de *focus groups*⁷ neste estudo foi colocar em interação indivíduos pertencentes a três gerações, observar como responderam a cada uma das afirmações que foram feitas em termos de utilização dos *media* e analisar

⁶ “[...] encounters of and exchanges between people from different generations.”

⁷ Foram realizados quatro *focus groups*: três unigeracionais, com indivíduos pertencentes a cada uma das gerações em estudo (geração de 1950: cinco indivíduos; gerações de 1970: nove indivíduos e; geração de 1990: sete participantes) e um multigeracional, com oito participantes pertencentes a cada uma das gerações. O *focus groups* foram realizados na vila de Ponte de Lima, nos meses de novembro e dezembro de 2011.

ainda o que há de divergente e convergente nos membros da mesma geração.

Após a construção da grelha de análise inicial dos *focus groups*, com as principais categorias encontradas, recorreu-se à análise de conteúdo e à utilização do *software* NVivo 8.

Tabela 1 - Análise dos focus groups com recurso ao NVivo 8

Categoria	Subcategoria 1	Subcategoria 2	Referência
Contexto			
	Local		
		Familiar	4
		Laboral-escolar	16
		Lazer	5
	Período do dia		
		Manhã	1
		Noite	4
		Tarde	6
Gerações			
	Cooperação- Conflito		35
	Memórias do passado		
		Computador	4
		Televisão	13
	Relações familiares		29
Media-Ecrãs			
	Frequência de utilização		29
		Computador	9
		Celular	7
	Televisão		7
Rural			
	Rural-Urbano		20

Tabela 2 - Relações entre categorias

De	Relação	Para	Referência
Década de nascimento\1950	Implica	Media-Écrans\ Media utilizados\ Televisão	10
Década de nascimento\1970	Implica	Media-Écrans\ Media utilizados\ Computador	16
Década de nascimento\1990	Implica	Media-Écrans\ Media utilizados\ Celular	29
Localidade de residência\Rural	Influencia	Rural\Aquisição	6
Localidade de residência\Rural	Influencia	Rural\Informação	3
Media-Écrans\ Media utilizados	Aumenta	Gerações\ Cooperação- Conflito	64
Media-Écrans\ Media utilizados	Aumenta	Gerações\ Relações intergeracionais	33
Media-Écrans\ Media utilizados	Aumenta	Gerações\ Relações familiares	58

Na Tabela 1, apresentam-se os principais resultados obtidos de forma quantitativa, ou seja, a forma como se processou a categorização e subcategorização e as referências encontradas nesses excertos à categoria em questão. Na Tabela 2, apresentam-se os resultados das relações criadas entre categorias.

Relativamente ao indicador da utilização dos *media* no meio rural, foram encontradas 20 referências à forma como os indivíduos consideram que viver no meio rural é diferente de viver no meio urbano no acesso aos *media*. Apesar de se verificar que já não se

consegue estabelecer uma diferença tão grande entre urbano e rural, mesmo nas respostas facultadas pelos participantes nos *focus groups*, muitos deles afirmaram que no meio urbano os residentes passam mais tempo conectados, visto isso como algo menos positivo.

Quanto à utilização dos *media* pelas diferentes gerações, é visível na primeira tabela a menção às relações de cooperação e conflito na utilização dos *media*, aliás, esse conceito é igualmente dos mais referidos nas relações estabelecidas na Tabela 2 (64 vezes). A complementar esta informação, os excertos retirados dos *focus groups* indicam que são mais frequentes as relações de cooperação quando é necessária ajuda para resolver algum problema com os *media*⁸:

"Eu às vezes peço [ajuda a pessoas de outras gerações], se tenho dificuldades" (HV50).

"O que eu aprendi a mexer no computador foi sozinha, as vezes que preciso de ajuda e peço ao João [filho]" (CC70).

"[Quando tenho dificuldades na utilização dos *media*, recorro] à minha irmã, porque ela é mais velha três anos do que eu e já sabe mais de utilizar as tecnologias e às vezes pergunto-lhe" (MV90).

No que diz respeito às memórias associadas ao passado, sobre formas de exercer a atividade profissional, ao modo de estar na escola e desenvolver as atividades escolares, de ocupar os tempos livres e de estar e se relacionar no contexto familiar, foi um assunto que despertou bastante atenção nos participantes das gerações de 1970 e 1950.

⁸ No final de cada excerto é apresentada a identificação do seu interlocutor. A identificação é a primeira letra do primeiro e último nome do participante, seguida da geração a que pertence. Nos casos em que surge um "m" à frente da geração significa que foi um excerto retirado do *focus group* multigeracional.

“Só podíamos brincar um bocadinho à noite, à apanhadinha, era sempre cá fora” (FM50m).

“Lembro-me que trabalhei 6 meses num escritório de contabilistas, a contabilidade era toda à mão; hoje já não fazem à mão de certeza absoluta” (FA70m).

“O meu pai está na sala, e eu, o meu irmão e a minha mãe estamos no quarto; tem lá televisão e computador” (MC90m).

Aos participantes do *focus group* multigeracional solicitou-se o preenchimento dos diários sobre os usos das várias mídias no quotidiano (o que usavam ao longo de cada dia, em que horários e dinâmica), uma vez que interessava recolher informação das três gerações. O preenchimento decorreu nos 15 dias seguintes à realização dos *focus groups*.

Do preenchimento dos diários, os principais resultados obtidos demonstram que a televisão é o *media* mais utilizado pelos participantes (Gráfico 4), independentemente da geração a que se refere; no entanto, a geração de 1970 é a que lhe atribui mais importância (73 horas e 45 minutos por semana), seguida da geração de 1950 (67 horas e 10 minutos por semana) e da geração de 1990, utilizando durante 24 horas e 35 minutos por semana.

E com que intenção as diferentes gerações procuram os diversos *media*? Com exceção do computador (sem internet), todos eles, em todas as gerações, indicam que os *media* são utilizados com a intenção de “diversão” e “sociabilização”. A televisão e o computador/internet têm uma componente de diversão bastante evidente, como se pode verificar pelo gráfico 5.

Gráfico 4 - Duração da utilização dos media, durante a semana (em horas)

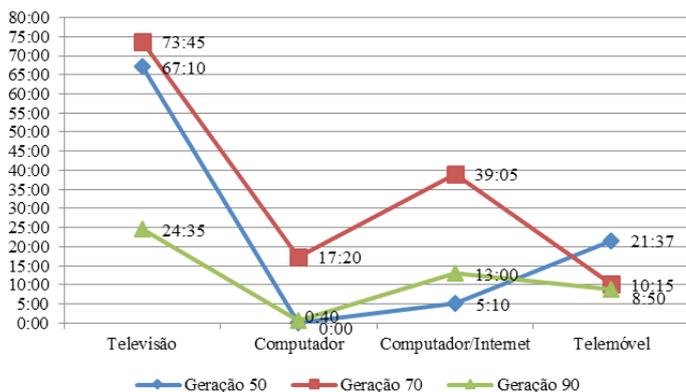
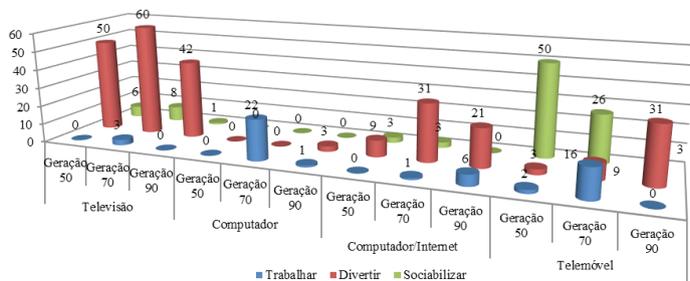


Gráfico 5 - Finalidade da utilização dos media (número de vezes)



Estes resultados, retirados do preenchimento dos diários, permitem concluir que todos os *media* são, de fato, utilizados pelas três gerações estudadas. Alguns ganham mais importância em determinadas alturas do dia (o celular, na geração de 1970, durante a manhã e a tarde, por exemplo), mas não houve um dia de total ausência da sua utilização, seja em conjunto ou isoladamente, o que comprova a existência evidente de gerações de ecrã.

Conclusões

Das etapas de investigação já realizadas, é possível, para já, tirar algumas conclusões. A primeira está relacionada com a transparência dos ecrãs, com a naturalidade com que se entrosaram na vida dos indivíduos, de tal forma que as atividades para as quais é necessário recorrer aos novos *media* já se efetuam sem que se apercebiam da sua presença. Como afirmavam Weiser, já em 1991, “As tecnologias mais profundas são aquelas que desaparecem. Elas se tecem no tecido da vida diária até que não se distingam dela?” (WEISER, 1991, p. 3).

Para Pinto (2005), Lipovetsky (2010), Rivoltella (2010b) e Frau-Meigs (2011), vivemos em uma sociedade de ecrãs, somos indivíduos de ecrãs. Outros autores (PONTE, 2011; RIVOLTELLA, 2010a; SIMÕES; GOUVEIA, 2008) defendem ainda que a utilização massiva dos diferentes *media* é característica de determinada geração. No entanto, na presente investigação assume-se que o contacto com os *media* (televisão, computador e celular) é realizado, com maior ou menor frequência, em todas elas (das três gerações que estão em análise), decorrendo daí a utilização do termo gerações, e não, geração. Esse uso também não ocorre apenas quando os indivíduos encontram-se em determinado contexto, por exemplo, o computador no trabalho, ou a televisão no espaço familiar; apresenta-se, antes, transversal a todos os contextos, como nos indicam Agger (2011) no seu estudo sobre o uso do *smartphone* e a forma como transporta-se o trabalho para todo o lado através do dispositivo

⁹ “The most profound technologies are those that disappear. They weave themselves into the fabric of everyday life until they are indistinguishable from it.”

móvel; Thompson (1998) relativamente às interações sociais que estabelecemos em contexto informal, de lazer; e Frau-Meigs (2011) no que diz respeito ao papel dos diferentes *media* no espaço familiar.

Os *media* estão presentes no quotidiano das pessoas, seja nas suas atividades de trabalho ou escola, seja nas de lazer ou familiares; já não se consegue pensar um dia em que não seja consultado o *email*, atendida uma chamada, ou assistir a um programa de televisão – por vezes, até conjugam-se as três ao mesmo tempo. Tal fato pode não ser considerado uma desvantagem, mas apenas se se tiver em consideração as finalidades com que se realizam tais tarefas e o que se está a descurar com a utilização dos *media*.

Viver no meio rural traz algumas vantagens reconhecidas por quase todos os participantes, uma vez que concordam ter a possibilidade de estar mais tempo a brincar fora de casa – situação dos elementos da geração de 1990 – e de se poderem desconectar ao fim do dia e fim de semana – para a geração de 1950 e 1970. Mas concordam também que o acesso é diferente quando comparado com os do meio urbano, nomeadamente em termos de qualidade e de acesso às tecnologias na mesma altura.

A investigação tem agora uma terceira etapa com a aplicação de inquéritos por questionário a nível nacional, pelo que se pretende obter resultados que possam comprovar estas primeiras conclusões. Não obstante, considera-se que estas são já de grande interesse pelo carácter abrangente que têm em termos de variáveis que constituem o estudo: as gerações, os novos *media* e o meio rural.

Referências

- AGGER, B. iTime: labor and life in a smartphone era. **Time & Society**, v. 20, n. 1, p. 119-136, 2011.
- BAILEYA, A.; NGWENYAMAB, O. Bridging the generation gap in ICT use: interrogating identity, technology and interactions in community telecenters. **Information Technology for Development**, v. 16, n. 1, p. 62-82, 2010.
- BAPTISTA, F. O. Os contornos do rural. In: FIGUEIREDO, E. (Ed.). **O rural plural: olhar o presente, imaginar o futuro**. Castro Verde: 100Luz, 2011. p. 49-58.
- BERKER, T. et al. **Domestication of media and technology**. London: Open University Press, 2005.
- BUCKINGHAM, D. Is there a digital generation? In: BUCKINGHAM, D.; WILLETT, R. (Eds.). **Digital generations: children, young people and new media**. New Jersey: LEA, 2006. p. 1-17.
- CAMPOS, M.D. Uma das escolas mais avançadas do mundo é portuguesa. **Visão**, 11 fev. 2010. Disponível em: <http://visao.sapo.pt/uma-das-escolas-mais-avancadas-do-mundo-e-portuguesa=f547669>. Acesso em: 22-05-2013.
- CARDOSO, G.; ESPANHA, R. **A internet em Portugal 2009**. Lisboa: OberCom, 2009.
- _____. **Sociedade em rede**. A Internet em Portugal 2012. Lisboa: OberCom, 2012.
- CARDOSO, G. et al. **A apropriação dos telemóveis na sociedade em rede**. Lisboa: OberCom, 2012.
- CARDOSO, G.; VIEIRA, J.; MENDONÇA, S. **Ecrãs em rede**. Televisão. Tendências e perspectivas. Lisboa: OberCom, 2011.
- CASTELLS, M. **Information technology, globalization and social development**. Geneva: United Nations, 1999.
- CEE. Comunidade Econômica Europeia. **The Future of Rural Society**. Commission communication transmitted to the council and to the European parliament. 1988. Bruxelas: CEE. Disponível em: <<http://aei.pitt.edu/5214/>>. Acesso em: 20-05-2013.
- ESCOLA portuguesa entre as mais inovadoras do mundo. Boas notícias, s.d. Disponível em: <http://boasnoticias.sapo.pt/mobile/noticias.php?id=8491>. Acesso em: 21-05-2013.

ESCOLAS da Lousã entre as mais inovadoras do mundo. **Boas notícias**, 6 out. 2011. Disponível em: http://boasnoticias.sapo.pt/noticia.php?noticia=_8291. Acesso em: 21-05-2013.

FRAU-MEIGS, D. **Penser la société de l'écran**. Dispositifs et usages. Paris: Sorbonne Nouvelle, 2011.

INE. **Anuário estatístico de Portugal 2009**. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística, 2010.

JENKINS, H. Transmedia generation. **Confessions of an Aca-/fan**. 31 mar. 2010. Disponível em: http://henryjenkins.org/2010/03/transmedia_generation.html. Acesso em: 30-04-2013.

LEVINSON, P. **A arma suave**. História natural e futuro da revolução da informação. Lisboa: Bizâncio, 1998. (Original de 1997).

LIPOVETSKY, G. **O ecrã global**. Cultura mediática e cinema na era hipermoderna. Lisboa: Edições 70, 2010.

LOPES, R. M. Palestra-debate com Henry Jenkins – Raquel Morão Lopes. **Senjor**, 11 mai. 2011. Disponível em: <http://vimeo.com/cenjortv>. Acesso em: 22-04-2013.

MANNHEIM, K. O problema das gerações. In: MANNHEIM, K. (Ed.). **Sociologia do Conhecimento**. Porto: Rés. 1990. v. II, p. 115-176. (Original de 1952).

MARKTEST. **Bareme internet**. Estudo de base para o Netpanel. Lisboa: Marktest, 2009.

MOURA, A. Geração Móvel: um ambiente de aprendizagem suportado por tecnologias móveis para a "Geração Polegar". In: CONFERÊNCIA INTERNACIONAL DE TIC NA EDUCAÇÃO, 6., 2009, Braga. **Anais...** Braga, 2009.

PINTO, M. A busca da comunicação na sociedade multi-ecrãs: perspectiva ecológica. **Comunicar**, n. 25, p. 259-264, 2005.

PONTE, C. Uma geração digital? A influência familiar na experiência mediática de adolescentes. **Sociologia. Problemas e Práticas**, v. 65, p. 31-50, 2011.

PORTELA, J. O meio rural em Portugal: entre o ontem e o amanhã. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL A REVITALIZAÇÃO DO MUNDO RURAL E O ORDENAMENTO DO TERRITÓRIO, 1997, Lisboa. **Anais...** Lisboa, 1997.

POSSE de computador no lar duplicou em 10 anos. **Grupo Marktest**, 13 mai. 2008. Disponível em: <http://www.marktest.com/wap/a/n/id~109c.aspx>. Acesso em: 24-04-2013.

RADFORD, M.; CONNAWAY, L. **Expect the unexpected:** urban screenagers' communication and information-seeking preferences. In: URBAN COMMUNICATION: CREATING SITES FOR CONNECTION AND ACTION. 2007, Texas. Disponível em: <www.oclc.org/research/activities/synchronicity/resources/nca2006-screenagers.pdf>. Acesso em: 24-03-2013.

RIVOLTELLA, P. La screen generation: media, culture e compiti dell'educazione. **Cittadini in Crescita**, n. 2, p. 5-9, 2010a.

_____. A sociedade multi-ecrãs. Das recomendações educativas à nova mídia-educação. **Educação On-line**, n. 6, 2010b.

ROBERTO, J. Anos 1990-1999. As novas tecnologias. In: ROBERTO, J. V. (Coord.), **Os nossos anos**. Lisboa: Planeta DeAgostini, 2010. v. 9.

SILVERSTONE, R.; HADDON, L. Design and the domestication of ICTs: Technical change and everyday life. In: SILVERSTONE, R.; MANSELL, R. (Eds.), **Communication by design**. The politics of information and communication technologies. Oxford: Oxford University, 1996. p. 44-74.

SIMÕES, L.; GOUVEIA, L. Geração net, web 2.0 e ensino superior. In: FREITAS, E.; TUNA, S. (Eds.). **Cadernos de Estudos Mediáticos**. Porto: Universidade Fernando Pessoa, 2008. p. 21-32.

SMOLA, K. W.; SUTTON, C. Generational differences: revisiting generational work values for the new millennium. **Journal of Organizational Behavior**, v. 23, n. 4, p. 363-382, 2002.

TEIXEIRA-BOTELHO, I. **Geração extreme**. Lisboa: Sílabo, 2011.

THOMPSON, J. **A mídia e a modernidade:** uma teoria social da mídia. Rio de Janeiro: Vozes, 1998.

VIEIRA, J. Crónica em imagens 1990-2000. In: VIEIRA, J. (Ed.). **Portugal Século XX**, v. 10. Lisboa: Círculo de Leitores, 2001.

WALKER, A.; FONG, F. Relations between the generations: uniting the macro and the micro. **Journal of Intergenerational Relationships**, v. 8, n. 4, p. 425-430, 2010.

WEISER, M. The Computer for the 21st Century. **Mobile Computing and Communications Review**, v. 3, n. 3, p. 3-11, 1991.

WILLIAMS, N. **1939/1959 Cronologia enciclopédica do mundo moderno**. Lisboa: Círculo de Leitores, 1989. v. 6. (Original de 1966).