



SOCIEDADE
CRISE E RECONFIGURAÇÕES

VII CONGRESSO PORTUGUÊS DE SOCIOLOGIA

19 a 22 Junho 2012

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

ÁREA TEMÁTICA: Arte, Cultura e Comunicação

UTILIZAÇÃO DOS NOVOS *MEDIA* POR TRÊS GERAÇÕES DE MEIO RURAL: APRESENTAÇÃO DE RESULTADOS DOS *FOCUS GROUPS* E DIÁRIOS

IDENTIFICAÇÃO DO(S) AUTOR(ES):

MELRO, Ana

Doutoranda em Informação e Comunicação em Plataformas Digitais

Universidade de Aveiro

anamelro@ua.pt

OLIVEIRA, Lúcia

Doutorada em Ciências e Tecnologias da Comunicação

Universidade de Aveiro

lidia@ua.pt

Resumo

Será a utilização de novos *media* realizada de forma diferente dependendo das gerações, residentes em meio rural? Esta é a questão que serve de mote a uma investigação que pretende compreender que utilização os indivíduos nascidos nas décadas de 50, 70 e 90, e que se encontram inseridos no meio rural, fazem dos *media*, nomeadamente, da televisão, do computador e do telemóvel, os 3 ecrãs. Assim, e uma vez que estão em estudo 3 das principais tecnologias utilizadas no quotidiano, é importante compreender como se faz essa utilização nos diferentes contextos, como o/a trabalho/escola, o contexto familiar e de lazer.

Esta comunicação pretende apresentar os resultados da primeira etapa da investigação em desenvolvimento, enquadrada na tese de Doutoramento “Gerações de ecrã em meio rural. As práticas de utilização dos novos *media* no quotidiano rural português de três gerações.” O estudo inicia-se com a realização de *focus groups* a três gerações, residentes em freguesias rurais da vila de Ponte de Lima, colocando-as em interação unigeracional (três grupos compostos por 5 a 10 elementos de cada década), mas também multigeracional (um grupo com 2 a 3 elementos nascidos em cada década), com o objetivo essencial de compreender as mudanças históricas na utilização dos *media*, assim como as práticas dos dias de hoje, quer nas gerações mais novas, como nas mais velhas.

Como complemento à análise de conteúdo realizada a partir das discussões ocorridas nos *focus groups*, solicitou-se aos elementos do último grupo o preenchimento de diários durante 15 dias, os quais se pretenderam preenchidos com informações sobre o tipo de *media* que utilizam, quando, duração da utilização, finalidade e se o fazem sozinhos ou acompanhados e, neste caso, com quem.

Abstract

Will the uses of new media be different depending on the generations, living in rural areas? This is the question that guides the investigation aiming to understand which uses do individuals born in the 50's, 70's and 90's, living in rural areas make of new media, such as, the television, the computer, and the mobile phone, the 3 screens. Since the study is around the most important technologies used in daily routines, it is pertinent to understand how that use is made in different contexts: work/school, familial and leisure.

This presentation brings to light the results of the first step of the doctoral thesis “Screen generations in rural areas. The uses of new media in Portuguese rural daily routines of three generations”. The study begins with the application of focus groups to three generations (born in the 50's, 70's and 90's), living in rural villages of Ponte de Lima, putting them into unigenerational interaction (three groups with nine elements of each decade), but also multigenerational (one group with three elements born in each decade). The goal was to understand the historical changes in the uses of new media, as well as the nowadays practices of the younger and older generations.

As a complement to the content analysis of the previous method, the multigenerational group was asked to write a diary for 15 days, which should be filled with information about the kind of media used, when they do it, for how long, the main goal and if the uses are made by themselves or accompanied and, in this last case, with whom.

Palavras-chave: Novos *media*; gerações de ecrã; rural; *focus groups*; diários.

Keywords: New media; screen generations; rural; focus groups; diaries.

PAP0131

Introdução

Nesta comunicação faz-se uma reflexão acerca dos usos e apropriações dos novos *media* (televisão, computador e telemóvel), por indivíduos pertencentes a três gerações (nascidos na década de 50, 70 e 90), residentes em freguesias da vila rural do norte de Portugal, Ponte de Lima. Esta reflexão parte da análise aos *focus group* realizados, durante os meses de novembro e dezembro de 2011, e aos diários preenchidos pelos participantes no grupo multigeracional (de 4 a 18 de dezembro de 2011).

Com todas estas variáveis de estudo (rural, gerações e *media*), outras há que vão ganhando pertinência e que não poderão ser olvidadas de tão relacionadas que estão com os tópicos principais, como as relações sociais, a redefinição de tempos de espaços, os contextos de utilização dos *media*, e com este, o desaparecimento dos terceiros lugares, as relações intergeracionais, o capital social, entre outras, daí que a questão de partida da investigação seja bastante abrangente: quais as dinâmicas de utilização dos novos *media*/ecrãs em três gerações distintas, em meio rural?

Posto isto, também os objetivos a atingir terão que ser bastante amplos, considerando os conceitos que será necessário estudar para que a investigação se revista de pertinência científica:

- Analisar a utilização dos novos *media*/ecrãs em âmbito rural.
- Compreender a perceção que os indivíduos do meio rural têm da utilização de ecrãs.
- Compreender de que forma a utilização dos novos *media*/ecrãs é realizada nas três gerações – nascidos nas décadas de 50, 70 e 90.
- Estudar a utilização dos novos *media*/ecrãs em contextos diferenciados – laboral/escolar, de lazer, familiar.
- Compreender o papel dos novos *media* enquanto elemento de promoção de cooperação e/ou conflito intergeracional.
- Analisar a forma como se processam as relações sociais no presente, considerando a frequente utilização dos novos *media*.

Deste modo, pretende-se compreender a (não) utilização dos *media*, mas também a forma como era realizada e em que contextos. Assim, organizou-se a comunicação em duas partes centrais: na **primeira** será realizado um breve enquadramento teórico focado a três elementos centrais: a problemática da ruralidade, a disseminação dos *media* (televisão, computador e telemóvel) no contexto português e tendo em consideração as décadas de 50, 70 e 90 como marcos de introdução dos mesmos nas dinâmicas quotidianas e, por fim, o ecrã como elemento gerador das designadas *gerações de ecrãs*.

Na **segunda parte** apresenta-se a metodologia usada. Caracteriza-se a realidade selecionada para a aplicação dos *focus group* e os diários, ou seja, o caso particular da vila de Ponte de Lima e a utilização dos novos *media* no meio rural. Apresentam-se os *focus groups*, os participantes, as questões colocadas, os objetivos pretendidos e os alcançados, a sua posterior análise de conteúdo e o recurso ao *software* NVivo 8 e as principais conclusões retiradas desta técnica. No final dos grupos de discussão mencionados decorreu o preenchimento de diários, durante 15 dias, por alguns dos participantes, com propósitos específicos, relativamente diferentes da técnica anterior, mas complementares. Será, por isso, descrito o enquadramento da aplicação dos diários, os seus propósitos/objetivos e serão apresentados os principais resultados obtidos.

Como se referiu, esta comunicação está inserida numa investigação que está a decorrer no âmbito do doutoramento em Informação e Comunicação em Plataformas Digitais (Programa Doutoral conjunto da Universidade de Aveiro com a Universidade do Porto), cujos resultados finais se pretendem apresentar em meados de 2013, à Universidade de Aveiro.

1. Enquadramento

1.1. Da Ruralidade na contemporaneidade

O meio rural tem sofrido alterações constantes ao longo das últimas décadas para as quais foram contribuindo, com maior ou menor relevância, os novos *media*. Como refere Figueiredo (2011), “uma boa parte dos territórios rurais atravessa hoje processos mais ou menos profundos de redefinição, de reestruturação, de reconfiguração e, até, de reinvenção e recriação” (Figueiredo, 2011, pp. 13-14), redefinição principalmente por já não se tratar de um território que se dedica exclusivamente à agricultura, porque os seus residentes já não têm como principal atividade a agrícola, com o objetivo último de vender os seus produtos aos meios urbanos (Ferrão, 2000, p. 46). Mas é um território onde emergem os serviços, recebe cada vez mais residentes no meio urbano, e prepara-se para os receber (exemplo do turismo rural), aliás, conforme referido por Julio Llamazares, em crónica no jornal espanhol El País, “*El turismo rural, como su nombre indica, es una invención urbana, una forma de llamar al veraneo del interior sin que parezca algo para pobres.*” (Llamazares, 2005).

Por via dos 5 “re’s” (reestruturação, redefinição, recriação, reconfiguração e reinvenção) surge, então, uma necessidade de encontrar uma compreensão para o que é hoje o rural. Figueiredo (2011) considera que, devido às metamorfoses que o rural vai sofrendo, este encontra-se perante uma “*esquizofrenia funcional*”, uma vez que há novas funções que se procuram no rural (tanto os residentes no meio urbano, como os autóctones) e que o próprio meio impõe (na medida em que a agricultura é uma atividade em decréscimo) (Figueiredo, 2011, p. 16). Domingues (2012) considera mesmo que estamos perante um rural que não existe, “*desruralizado*”, um mito que apenas está presente em *resorts* de luxo ou casas de turismo rural (Domingues, 2012). No entanto, Cimadevilla (2010) vai um pouco mais longe e defende o processo de “*rurbanização*”, ou seja, a coexistência do rural e do urbano em cada um dos meios, mas, em vez de completamente isolados, as características de ambos são evidenciadas de forma conjunta e agregada (Cimadevilla, 2010, p. 83). A dicotomia rural-urbano é, por isso, desvalorizada, no sentido em que não há uma verdadeira oposição de territórios, mas antes um *continuum* que se vai afirmando através da geografia, mas também dos residentes, das suas rotinas cognitivas e sociais.

É necessário inventar “*novos rurais*” (Figueiredo, 2011, p. 19) ou reinventar o rural existente, através de contornos totalmente inexistentes ou dos que já se vão verificando em algumas zonas rurais. Essa reinvenção ocorre ao longo das gerações e do que estas trazem consigo: hábitos, culturas, valores, consumos, formas de fazer, etc., que passam, muitas vezes, pela (não) existência dos novos *media*, porque mesmo quando estes se pretendem excluir (algumas casas de turismo rural publicitam a inexistência total dos *media* como forma de se aproveitar mais e melhor o que a quietude e o sossego do rural têm para oferecer) isso evoca em si uma existência subliminar, fazendo parecer que é necessário um programa especial para que uma pessoa, nos dias de hoje, se consiga afastar dos *media*, dos ecrãs, da tecnologia, e será mesmo assim?

A televisão, o computador e o telemóvel fazem parte do quotidiano de grande parte da população portuguesa, como se pode verificar pelo relatório “A utilização de internet em Portugal 2010” (Cardoso & Espanha, 2011), 99% dos inquiridos afirmaram ter televisão; 43% e 32,8% indicaram ter computador pessoal portátil e computador pessoal fixo, respetivamente; enquanto 88,7% dos inquiridos disse ter telemóvel e a tendência é para aumentar, não só pelas exigências permanentes da sociedade, como pela necessidade que se vai sentindo de atualização constante. Estes valores e as conclusões qualitativas de alguns projetos europeus [EU Kids Online (Livingstone & Haddon, 2009), Mediappro (De Smedt & Geeroms, 2006) e Media+Generations (Stefanelli, 2009)] fazem concluir que o indivíduo vive através da transparência que se transformou o ecrã. As gerações, nomeadamente, aquelas que aqui se encontram em análise (1950, 1970 e 1990) são, por isso, *gerações de ecrã*.

1.2 Da disseminação das tecnologias info-comunicacionais – Portugal e os novos *media* ao longo de três décadas (1950, 1970 e 1990)

A explosão da tecnologia em Portugal, à semelhança do resto do mundo, não foi linear, ou seja, não é fácil estabelecer fronteiras no surgimento dos *media*, uma vez que a investigação e desenvolvimento à sua volta é um processo que pode durar décadas até à sua utilização massiva. Interessa conhecer o surgimento dos novos *media* na sociedade portuguesa, mas mais do que isso, conhecer como se deu essa explosão na utilização e em que altura.

Pensando no início da década de 50, a lembrança que pode surgir associada aos *media* é a da rádio e do telefone, esses eram os principais meios para estar em contacto com o mundo e ser contactadoⁱ, no fundo, as grandes finalidades que se procuram nas tecnologias info-comunicacionais. Aliás, foram essas mesmas tecnologias que permitiram e incentivaram ao desenvolvimento da televisão, em finais da década de 50 em Portugal, e do telemóvel já na década de 90.

O início das emissões regulares da televisão não se fez sem alguns momentos conturbados, sobretudo políticos. Desde 1953 que se estudava a televisão em Portugal, mas só no final de 1955 é fundada a Radiotelevisão Portuguesa (RTP), com emissões experimentais a partir de finais de 1956. E em 1957 é feita a inauguração das emissões regulares da RTP (Williams, 1966/1989, p. 101).

Na década de 1970, para além da expansão de vários programas televisivos, como as telenovelas, o que “prende” ainda mais os portugueses à “caixa mágica”, outras tecnologias houve que vieram revolucionar o país. Foi no final dos anos 70 que surgiram os primeiros computadores em Portugal, primeiro apenas disponível em meio empresarial e universitário, muito devido ao seu custo e tamanho, que exigia o alojamento em grandes salas; para no início da década de 80 os computadores começam a chegar a alguns lares, com um tamanho mais pequeno e preço mais acessível.

A década de 90 é profícua em desenvolvimento e disseminação de tecnologia. As televisões transformam-se, bem como os computadores e tornam-se mais frequentes, já são poucas as residências que não têm pelo menos dois televisores no final da década (a percentagem de alojamentos com televisor sobe de 91,3% em 1991 para 96,2% em 1997 (Vieira, 2001, p. 55)), e surgem também os computadores portáteis, que permitem levar trabalho para qualquer lado, mas também jogar pode ser agora feito em qualquer local, sem barreiras físicas que obriguem à separação do tempo de lazer, do laboral/escolar ou mesmo do familiar, bem distintos até ao início dos anos 90. Em 1990, apenas 5% das casas portuguesas tem computador, percentagem que aumenta para os 14,3% em 1995 “e a partir desta data é a explosão dos PC em casa.” (Roberto, 2010, p. 43).

Numa perspetiva histórica, as relações familiares, de trabalho e em contexto de lazer assumem diferenças visíveis: o surgimento da televisão, em Portugal, em 1956, veio alterar quer a importância atribuída a outros *media* (o rádio, a imprensa escrita), quer às práticas nos diversos contextos. Inicialmente (1957), o acesso à televisão era realizado em espaços públicos (cafés, espaços de associações abertos ao público, como os escuteiros, entre outros), apenas alguns meses mais tarde (1958) a televisão passou, quase de forma massiva, para a esfera privada familiar (existindo em 99,9% dos lares portugueses (Cardoso, Espanha, Cheta, & Araújo, 2009, p. 3)), à volta da qual todos os elementos da família se reuniam para assistir aos programas disponíveis. Na década de 80, 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 90, o telemóvel foi o terceiro ecrã que veio alterar algumas das rotinas implementadas, substituindo quase definitivamente o telefone fixo, permitindo uma presença virtual, a qualquer hora do dia, em qualquer lugar, eliminando as barreiras espaço-temporais.

Todos estes dispositivos, *media* ou tecnologias ganharam uma presença no quotidiano dos indivíduos tão próxima e tão indispensável que faz com que estejam sempre com eles, assumindo quase uma relação de segunda pele.

1.3 Gerações de ecrã

O conceito de geração assume uma importância central no estudo que está a ser desenvolvido, estando em evidência os indivíduos nascidos nas décadas de 1950, 1970 e 1990. Assim, 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, 1952/1990, pp. 132-136). A seleção das gerações para esta investigação está relacionada com o surgimento dos *media* (televisão no final da década de 50, computador no final da de 70 e telemóvel e internet na década de 90) e/ou com a explosão da sua utilização em Portugal. Posto isto, será realizada uma breve abordagem aos conceitos geracionais associados aos *media* e à opção desta investigação pelo conceito de *gerações de ecrã*.

Os novos *media* surgem sempre associados a um ecrã (às vezes a mais do que um), aliás, essa consegue ser a maior forma de atração do utilizador, é o que se vê que capta a atenção e, mais recentemente, o que se toca, que consegue suscitar interesse ao utilizador. Este interesse chega a ser tão elevado que a sua utilização é realizada várias vezes ao dia, em determinadas situações é uma utilização que dura horas e, às vezes por isso, não se consegue delimitar onde termina o uso com objetivos profissionais e onde começam os objetivos de lazer.

Relacionado com esta apropriação dos *media* de forma tão massiva, transversal e ubíqua surgiram vários termos, mencionados a seguir, atribuídos quer à tecnologia em si, mas também à geração, vulgarizaram-se uma vez que também se propagaram os *media* e as suas potencialidades, que incentiva as diferentes gerações a estarem ligadas à tecnologia. As designações a seguir apresentadas surgiram, sobretudo, com o *boom* propiciado pela internet na década de 90, por exemplo, a revista do jornal Expresso, do dia 6 de fevereiro de 1999 (n.º 1371), apelida os jovens de *geração internet*, conceito este que é mais tarde apropriado por Simões e Gouveia (2008), com uma ligeira alteração, *Geração Net* é o termo concreto.

Teixeira-Botelho (2011) considera que os nascidos entre a década de 90 e 2000 são a *Geração Extreme*, por fazerem uso de tudo (telemóveis, *smartphones*, computadores, redes sociais, internet, etc.) de forma intensa (Teixeira-Botelho, 2011). Twenge (2006), por sua vez, considera que os jovens americanos fazem parte da *Generation Me*, um conceito apropriado do autor Tom Wolfe, que definia os jovens da década de 70 como procurando uma auto satisfação permanente, o “eu” é mais importante que tudo o resto (Twenge, 2006).

Buckingham (2006) fala da *net generation* e a partir daqui, Ponte (2011) apresenta a existência de uma *geração digital* que, em confronto com os *baby boomers*, é mais vivaça e está mais entrosada nas mudanças tecnológicas, enquanto a segunda seria a designada geração da televisão (Ponte, 2011, p. 34). Moura (2009) desenvolve uma investigação que designa de projeto *geração móvel*, tendo como referência o conceito *geração polegar* já anteriormente utilizado por Howard Rheingold (Moura, 2009, p. 59). A autora utiliza ainda os conceitos de *geração hippie* e *geração bit* para designar os pais e os filhos, respetivamente, diferenciando-os em termos de práticas e de utilização dos novos *media*.

Mais próxima do estudo que aqui se apresenta é a designação de Rivoltella, que diz que “(...) *si parla di una “screen generation” contraddistinta dal facto di relazionarsi con una molteplicità di schermi e segnata dalla presenza importante del telefono cellulare.*” (Rivoltella, 2010, p. 6), ou seja, a forma como os jovens vivem em contacto com ecrãs, nomeadamente, através da presença importante do telemóvel, faz deles uma geração de ecrã. O conceito de *e-generation* (Cardoso, Espanha, & Lapa, 2007) é ainda outro dos atribuídos à geração das crianças e jovens, ou seja, nascidos nas décadas de 90 e 2000.

Levinson (1997/1998) quando aborda a questão dos ecrãs do século XX alerta para as diferenças de natureza entre os diversos ecrãs, nomeadamente, entre o ecrã de TV e de computador e, neste contexto, apresenta a necessidade de realizar uma taxonomia dos ecrãs (Levinson, 1997/1998, pp. 199-211).

Apesar da rádio, da fotocópia, da edição electrónica e do fax, o século XX pode, na verdade, caracterizar-se como o século do ecrã. Foi assim desde o princípio. (...) Sabemos que a

nossa cultura, tanto produziu coisas para o ecrã, como foi substancialmente moldada por elas. Também sabemos que os ecrãs não são monolíticos na sua importância cultural e que diferentes tipos de coisas vão para diferentes tipos de ecrãs e implicam diferentes tipos de processos cognitivos e emocionais. 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, 1997/1998, p. 199).

Passaram 15 anos da reflexão e análise de Levinson e é pertinente refletir sobre a natureza dos ecrãs, nomeadamente, ecrã de televisão, de computador e de telemóvel e da diferença de natureza entre eles. Apesar de ainda se verificarem diferenças ontológicas entre si verifica-se num progressivo processo de diluição das respetivas especificidades, com a convergência das funcionalidades e dos conteúdos. A televisão torna-se interativa e o seu consumo personalizável e cada vez mais individual, o computador e os dispositivos móveis permitem o acesso à televisão. Uso o computador para fazer chamadas telefónicas e de videochamadas, etc.. O ecrã como característica unificadora acaba por ser o lado visível de um processo de convergência em curso, que a curto ou médio prazo se fará sentir de forma mais sistemática nas lógicas de consumo e de sociabilidade dos utilizadores.

1.3.1 Inter e multigeracionalidade – relações de cooperação e de conflito

Na utilização dos *media* ganham particular importância os conceitos de inter e multigeracionalidade, uma vez que podem estar em causa as relações entre várias gerações para ajudar a resolver problemas, da mesma forma que podem ser objeto de conflito quando não há acordo sobre utilizar a televisão, o computador ou o telemóvel, os dois primeiros mais habitual quando há várias pessoas a querer utilizar ao mesmo tempo, por exemplo; e o último mais quando se torna num objeto de demonstração das hierarquias familiares (situações de castigo quando os filhos têm fracos desempenhos escolares, por exemplo). Villar (2007) define intergeracionalidade como “*o envolvimento dos membros de duas ou mais gerações em actividades que potencialmente possam torná-los conscientes das diferentes perspectivas (geracionais).*” (Villar, 2007, p. 115), e multigeracionalidade como “*a partilha de actividades e características entre gerações, mas não necessariamente uma interação ou influência entre elas.*” (Villar, 2007, p. 116).

Sendo as dinâmicas de utilização dos *media* em três gerações o objetivo central deste estudo, torna-se fácil compreender que a intergeracionalidade é importante para perceção das relações que poderão, eventualmente, existir entre membros de diferentes gerações. Haverá situações constantes de interação que favoreçam as relações de cooperação ou que promovam situações de conflitos, por vezes complicadas de resolver? Havendo lugar à existência da multigeracionalidade, será que se cruzam e interagem com frequência? Com que objetivos? Sobressairão mais as diferenças ou semelhanças entre gerações na utilização dos *media*? A estas questões tentou obter-se respostas com a realização do grupo de discussão multigeracional e o preenchimento de diários.

As relações familiares continuam a ter uma importância elevada para todas as gerações, não estamos perante uma geração (sobretudo, a de 90) que tem como única prática fechar-se no quarto (*bedroom generation* (Cardoso, 2009)) e viver concentrada nos ecrãs a que tem acesso. Da mesma forma que as exigências escolares e profissionais são cada vez maiores, mas não há uma negligência no que diz respeito ao tempo passado em família. Aliás, do que foi possível perceber dos dois instrumentos de recolha de dados aplicados, a família é mencionada como estando presente em todos os momentos de utilização dos *media*, sendo o telemóvel talvez o mais excluído nesse aspeto, bem como a presença em redes sociais, nas quais alguns elementos da geração de 70 criam páginas pessoais para poderem ter acesso à página dos filhos, mas estes não aceitam os pais como “amigos”.

A intergeracionalidade está presente em todas as práticas quotidianas com os *media* (mais uma vez, ainda que essa presença seja a não interferência, como a referida com os telemóveis e as redes sociais) e a multigeracionalidade torna ricas todas as interações possíveis.

2 Metodologia

Realizar esta investigação, sobre a reflexão da utilização dos novos *media* em três gerações, implica um acompanhamento dos indivíduos que se pretendem observar, na medida em que requer a compreensão de práticas quotidianas. Assim, concluiu-se que seria possível fazer esse acompanhamento através de duas técnicas essenciais: os *focus groups* e os diários.

Foram realizados três *focus groups* unigeracionais e um multigeracional, nos meses de novembro e dezembro de 2011. Aos participantes no grupo multigeracional foi ainda solicitado que preenchessem um diário durante 15 dias (4 e 18 de dezembro de 2011). Os objetivos e os resultados destes dois instrumentos são apresentados de seguida.

2.1 A utilização dos novos *media* no quotidiano rural português – o caso da vila de Ponte de Lima

Também o meio rural português foi progressivamente incorporando a presença dos *medias* suas dinâmicas quotidianas. A opção pelo estudo desta área do país foi precisamente para se contribuir para a eliminação da inexistência de estudos que permitam verificar se os ecrãs/novos *media* são entendidos pelos seus residentes da forma ubíqua e transversal que se mencionou anteriormente.

A definição aqui utilizada de rural é a do Instituto Nacional de Estatística (INE), segundo o qual o meio rural é definido em oposição ao meio urbano e semi-urbano em relação à população residente e à densidade populacional, ou seja, é meio rural aquele que tem densidade populacional inferior ou igual a 100 habitantes/Km² e população residente inferior ou igual a 2.000 habitantes.ⁱⁱ

A vila de Ponte de Lima situa-se no norte de Portugal, mais propriamente, na região do Minho, no distrito de Viana do Castelo e é a vila mais antiga do país. Ponte de Lima é constituída por 51 freguesias, e à data da definição da amostra (setembro de 2011), 16 das quais podiam ser consideradas rurais. De acordo com os censos de 2011, a população residente de Ponte de Lima é de 43.498 habitantes e apresenta uma densidade populacional de 135,8 habitantes por quilómetro quadrado. As freguesias consideradas rurais são Arcos, Ardegão, Bárrio, Beiral do Lima, Boalhosa, Cabração, Estorãos, Fojo Lobal, Gondufe, Labruja, Labrujó, Moreira do Lima, Rendufe, Serdedelo, Vilar das Almas e Vilar do Monte. No entanto, todas as outras freguesias apresentam população residente e densidade populacional igualmente baixas, nunca sendo a primeira ultrapassada pelos 4.000 habitantes e a segunda pelos 1.700 habitantes por quilómetro quadrado (neste caso específico, tratando-se de Ponte de Lima).

Relativamente aos *media* adaptação também tem vindo a ser realizada, apesar de um pouco mais lentamente. Aliás, diversos investigadores (Ferrão, 2000; Giri, 2002; Gonçalves, 2004; Hindman, 2000; Whitacre & Mills, 2002) concordam que na distinção entre rural e urbano deve ter-se em consideração o fosso ou divisão digital entre as duas zonas, querendo dizer com isto que o acesso às tecnologias, aos novos *media* e ao conhecimento para a sua utilização não estão distribuídos de forma equitativa. Como refere Giri,

People living in urban areas and developed communities have the best access to the fastest computers, best telephone services, competitive ISP providers, and a wealth of content and training relevant to their lives. On the other hand, people living in rural communities have limited access or no access at all to these technologies. The real gap between these groups of people is called the “digital divide”. (Giri, 2002, p. 3).

No entanto, e tendo em consideração os *media* em estudo (televisão, computador e telemóvel), a visibilidade do fosso digital entre os meios rural e urbano deixa de ser tão evidente, a apropriação e utilização dos novos *media* começa a ser quotidiana e a estar presente em todos os contextos (de lazer, familiar e laboral).

2.2 *Focus groups*

Sendo o objetivo principal colocar em discussão vários indivíduos à volta de um ou vários tópicos, foi precisamente o que se pretendeu com a realização de *focus groups* neste estudo, colocar em interação indivíduos pertencentes a três gerações, observar como respondem a cada uma das afirmações que se farão em termos de utilização dos *media* e analisar ainda o que há de divergente e convergente nos membros da mesma geração. A partir daqui, foi ainda possível retirar afirmações pertinentes que auxiliassem na construção do inquérito por questionário. Os *focus groups* foram apoiados por um guião, com 6 grupos de questões, foram gravados e filmados e tiveram a duração aproximada de 90 minutos.

Na fase posterior dos *focus groups* recorreu-se à análise de conteúdo e à utilização do *software* NVivo 8. A primeira permitiu, através da leitura das transcrições, construir uma grelha de análise inicial, com as principais categorias encontradas. O NVivo 8 auxiliou o processo de codificação e de categorização dos principais conceitos, através da indexação do texto das transcrições. À medida que as transcrições iam sendo analisadas, foram criadas árvores de categorias e relações entre estas, desta forma foi possível estabelecer comparações entre as diferentes categorias e as gerações.

Nome	Sub-categoria	Sub-categoria 2	Fonte	Referência		
Contexto			0	0		
		<i>Fronteiras</i>		1	4	
		<i>Local</i>		3	25	
			Familiar	1	4	
			Laboral-escolar	3	16	
			Lazer	2	5	
		<i>Período do dia</i>		2	6	
			Manhã	1	1	
			Noite	2	4	
			Tarde	2	6	
	Gerações			3	4	
			<i>Capital social</i>		1	2
			<i>Cooperação-Conflito</i>		4	35
		<i>Memórias do passado</i>		1	28	
			Computador	2	4	
			Televisão	3	13	
		<i>Relações familiares</i>		4	29	
		<i>Relações intergeracionais</i>		1	4	
Media-Ecrãs			4	34		
		<i>Aplicações utilizadas</i>		1	1	
			Computador	3	8	
			Telemóvel	3	8	
		<i>Atividades realizadas</i>		1	2	
		Computador	1	4		

	Telemóvel	3	3
	Televisão	2	3
<i>Finalidades de uso</i>		2	4
	Computador	1	2
	Telemóvel	1	1
	Televisão	1	6
<i>Frequência de utilização</i>		3	29
	Computador	2	9
	Telemóvel	2	7
	Televisão	3	7
<i>Gestão do dia</i>		1	3
<i>Media utilizados</i>		4	29
	Computador	2	4
	Telemóvel	3	5
	Televisão	4	6
<i>Preferências de media</i>		2	2
	Computador	4	10
	Telemóvel	3	13
	Televisão	2	8
Relações sociais		4	24
Rural		0	0
<i>Aquisição</i>		2	3
<i>Informação</i>		2	3
<i>Rural-Urbano</i>		3	20

Tabela 1 – Análise dos *focus groups* com recurso ao NVivo 8

De	Relação	Para	Sentido	Fonte	Referência
Década de nascimento\1950	Implica	Media-Ecrãs\Media utilizados\Televisão	One Way	2	10
Década de nascimento\1970	Implica	Media-Ecrãs\Media utilizados\Computador	One Way	2	16
Década de nascimento\1990	Implica	Media-Ecrãs\Media utilizados\Telemóvel	One Way	2	29
Localidade de residência\Rural	Influencia	Rural\Aquisição	One Way	3	6
Localidade de residência\Rural	Influencia	Rural\Informação	One Way	2	3
Media-Ecrãs\Media utilizados	Consequência	Relações sociais	One Way	4	53
Media-Ecrãs\Media utilizados	Consequência	Contexto\Local	One Way	4	54
Media-Ecrãs\Media utilizados	Aumenta	Gerações\Cooperação-Conflito	One Way	4	64

Media-Ecrãs\Media utilizados	Aumenta	Gerações\Relações intergeracionais	One Way	4	33
Media-Ecrãs\Media utilizados	Aumenta	Gerações\Relações familiares	One Way	4	58

Tabela 2 – Relações entre categorias

Na tabela 1 apresentam-se os principais resultados obtidos de forma quantitativa, ou seja, a forma como se processou à categorização e sub-categorização, as fontes das quais se retiraram os excertos dos *focus groups* e as referências encontradas nesses excertos à categoria em questão.

Das relações (*Relationships*) criadas entre categorias a finalidade era obter informação significativa para responder às questões de partida colocadas e perceber se os objetivos da investigação poderiam ser cumpridos. Esta etapa revelou-se um pouco mais complicada do que inicialmente previsto, uma vez que estipular relações apenas entre duas categorias não era suficiente para demonstrar a ligação existente, no entanto, também não se considerava que a eliminação de algumas categorias fosse uma alternativa. Na tabela 2 apresentam-se os resultados das relações criadas.

Relativamente ao indicador da utilização dos *media* no meio rural (em oposição ao meio urbano) 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*, mas quando significa utilizar ao mesmo tempo as opiniões são diferentes:

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

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

“*[Quando tenho dificuldades na utilização dos media, recorro] Em princípio 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)

“*[A televisão] é sempre uma luta por causa do canal, mas isso é só quando estamos todos na sala.*” (NA190)

“*Eu a televisão depende, se for para ver um filme gosto de estar sozinho, se for para ver futebol gosto de ter gente. [...]*” (IL50)

No que diz respeito à frequência de utilização dos *media* pelas diferentes gerações, as relações estipuladas tiveram em consideração os *media* que normalmente se encontram associados a cada geração: a televisão à de 50; o computador à geração de 70 e o telemóvel aos nascidos na década de 90, e o que se verifica é que, de facto, há um número elevado de referências nestes *media*, comprovado por alguns excertos dos *focus groups*:

“*Eu no meu caso o telemóvel, como já disse, mais não, porque penso que é o suficiente, a televisão é igual, agora de facto o computador gostava de utilizar mais, só que não tenho força de vontade para isso.*” (JCL50)

“Eu é assim, televisão acordo ligo logo a televisão, chego a casa à tarde ligo a televisão, à noite chego a casa ligo a televisão. Computador é mais à tarde. Telemóvel durante todo o dia. [...]” (CC70)

“[...] o computador é só tipo ao fim de semana e nem sempre. [...] [Para a escola] Vou com o telemóvel.” (NAn90)

2.3 Diários

O preenchimento dos diários foi solicitado aos indivíduos que participaram no *focus group* multigeracional, uma vez que interessava recolher informação das três gerações. O preenchimento decorreu nos 15 dias seguintes à realização dos *focus groups*. Uma das preocupações neste método foi a de contemplar o período de fim de semana, para, dessa forma, se compreender a diferença de utilização dos *media* em diferentes contextos e momentos semanais dos participantes.

Apesar do *focus group* multigeracional ser constituído por 8 pessoas (2 da geração de 50, 3 da geração de 70 e 3 da geração de 90), os diários foram preenchidos por 7 participantes, dado que um diário de um elemento da geração de 90 não foi entregue. Da geração de 50 preencheram o diário 1 pessoa do sexo masculino e outra do sexo feminino; da geração de 70 preencheram o diário 2 indivíduos do sexo masculino e 1 do sexo feminino e; da geração de 90 preencheram o diário 2 indivíduos do sexo masculino.

As figuras 4 e 5 representam um exemplo dos diários solicitados para preenchimento:



Figura 4 – Capa do diário

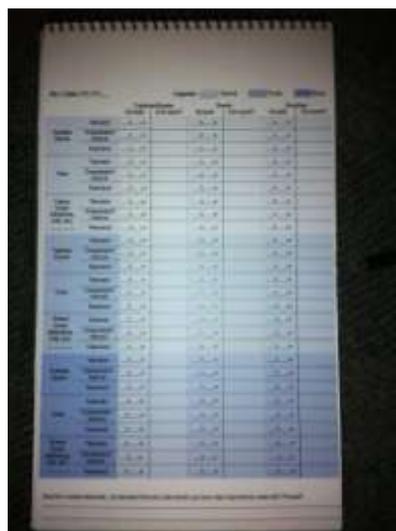


Figura 5 – Exemplo de um dia no diário

Do preenchimento dos diários, os principais resultados obtidos demonstram que a televisão é o *media* mais utilizado pelos participantes (gráfico 1), independentemente da geração a que se refere, no entanto, é a geração de 70 que lhe atribui mais importância (73 horas e 45 minutos), seguida da geração de 50 (67 horas e 10 minutos) e da geração de 90, utilizando durante 24 horas e 35 minutos.

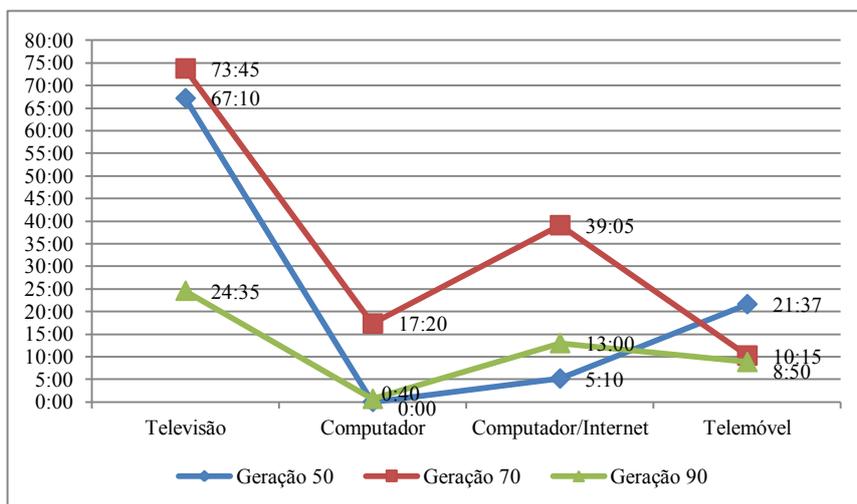


Gráfico 1 – Duração da utilização dos *media*, durante a semana (em horas)

De referir que todos os *media* (televisão, computador, computador e internet e telemóvel) assumem maior importância – se vista em termos de duração da utilização – para a geração intermédia (geração de 70). Exceção feita à utilização do telemóvel, todos os outros *media* são mais utilizados pelos indivíduos nascidos na década de 70.

No telemóvel não se verifica a utilização que se imaginaria de início. Como já houve oportunidade de referir, a geração de 90 poucas vezes indicou a utilização do telemóvel e quando o fez estava sempre associado a períodos de duração muito curtos (um total de 8 horas e 50 minutos), isto poderá querer significar que não foi contabilizada a utilização de telemóvel para atividades como enviar/receber mensagens de texto (*SMS*) (uma vez que vários estudos mencionam essa como sendo a tarefa mais desempenhada pelos jovens com o telemóvel (ver, a este respeito, os estudo EU Kids Online (Livingstone & Haddon, 2009), Mediappro (De Smedt & Geeroms, 2006) e o projeto Inclusão e participação digital. Comparação das trajetórias de uso dos *media* digitais por diferentes grupos sociais em Portugal e nos Estados Unidos da Américaⁱⁱⁱ)). Para além deste aspeto, o telemóvel aparece como bastante utilizado pela geração de 50, justificado nos *focus group* pela companhia que faz (poder falar com familiares que estão longe).

No que diz respeito ao contexto no qual são mais utilizados os *media* (gráfico 2) – daqueles que era possível indicar nos diários (casa, trabalho, escola e outros locais) – é de referir que a televisão é mais indicada como sendo utilizada em casa (151 vezes) e em outros locais (eventualmente públicos) (10 vezes), aliás, o contexto casa é o mais indicado como sendo aquele onde mais se utilizam todos os *media*, exceção feita ao computador (sem a associação da internet), mais referido como utilizado no trabalho (19 vezes). O telemóvel também é mais utilizado no trabalho (26 vezes) e em outros locais (mais uma vez, aqui poderiam os respondentes estar a referir-se a espaços públicos) (28 vezes).

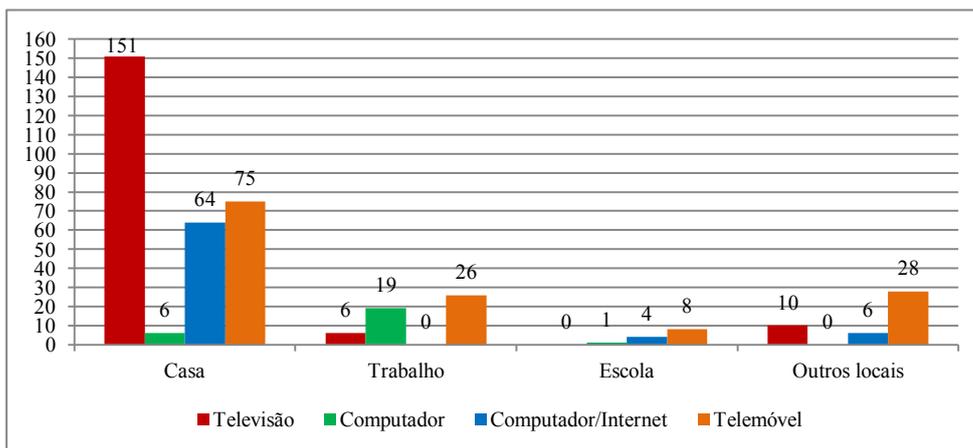


Gráfico 2 – Local de utilização dos *media* (número de vezes)

Quase todos os *media* (televisão, computador, computador associado à internet e telemóvel) são mencionados como utilizados sem qualquer companhia, sozinhos, situação bastante evidente na televisão pela geração de 70; no computador/internet pelas gerações de 70 e 90 e, ainda por esta, no telemóvel.

No entanto, a televisão é o *media* mais mencionado como mais utilizado com alguma companhia, é-o nos diários, mas também o foi nos *focus groups*. Sendo a família a principal companhia (marido/esposa, pais, filhos e outros familiares).

E qual é a finalidade que motiva à utilização dos *media*? Ou seja, para o que procuram as diferentes gerações os diversos *media*? Com exceção do computador (sem internet), todos eles, em todas as gerações são mais indicados como utilizados com as finalidades “divertir” e “sociabilizar”. A televisão e o computador e internet têm uma componente de diversão bastante evidente, como se pode verificar pelo gráfico 4. Da mesma forma que o telemóvel, sobretudo nas gerações de 50 e 70 são apontados como estando posicionados mais para “sociabilizar”, ou seja, conviver com outras pessoas. Para a geração de 70 são igualmente importantes o computador (22 vezes indicado) e o telemóvel (16 vezes) para o desempenho do trabalho.

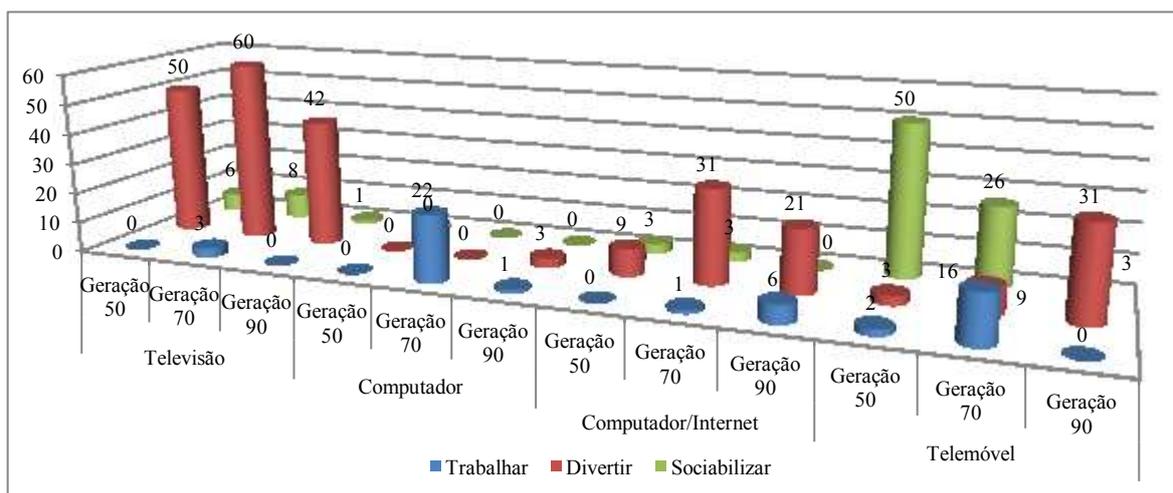


Gráfico 3 – Finalidade da utilização dos *media* (número de vezes)

Estes resultados retirados do preenchimento dos diários, durante um período quinzenal contínuo, permitem concluir que todos os *media* são, de facto, utilizados pelas três gerações estudadas. Alguns ganham mais importância em determinadas alturas do dia (o telemóvel na geração de 70, 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*.

Primeiras conclusões

Das etapas de investigação já realizadas é possível, para já, retirar algumas conclusões. Aliás, conclusões enriquecidas pelas leituras realizadas. A primeira das quais 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 apercebam da sua presença, e esta é uma característica imprescindível para o desenvolvimento e massificação de qualquer nova tecnologia, como afirmavam Weiser, já em 1991, “*The most profound technologies are those that disappear. They weave themselves into the fabric of everyday life until they are indistinguishable from it.*” (Weiser, 1991, p. 3).

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 ver um programa de televisão – por vezes, até se conjugam as três ao mesmo tempo. Tal facto 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*.

A apropriação diária de ecrãs, de acordo com o que foi possível retirar dos *focus groups* e dos diários aplicados, está presente em todas as gerações. Não sendo mais específico da geração de 90, como alguns autores afirmam (De Smedt & Geeroms, 2006; Teixeira-Botelho, 2011), certo é que há uma predisposição para que os membros nascidos na década de 90 e posteriores tenham uma ligação mais próxima com todos os *media*, inclusivamente com a televisão, no entanto, na altura de escolher um preferido, aquele é o selecionado pelos da geração de 50 e 70, enquanto os da de 90 preferem o telemóvel e o computador.

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 90 – e de se poderem desconectar ao fim do dia e fim de semana – para a geração de 50 e 70. 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.

Como referido, 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 bibliográficas

- Buckingham, D. (2006). Is there a digital generation? In D. Buckingham & R. Willett (Eds.), *Digital Generations: Children, Young People and New Media* (pp. 1-17). Nova Jérсия: LEA.
- Cardoso, G. (2009). *Do Quarto de Dormir para o Mundo*. Lisboa: Âncora Editora.
- Cardoso, G., Espanha, R., Cheta, R., & Araújo, V. (2009). *A Sociedade em Rede em Portugal 2008*. Lisboa: OberCom.
- Cardoso, G., Espanha, R., & Lapa, T. (2007). *E-Generation: Os Usos de Media pelas Crianças e Jovens em Portugal*. Lisboa: CIES-ISCTE.
- Cardoso, G., & Espanha, R. C. (2011). *A Utilização da Internet em Portugal 2010*. Lisboa: Lisbon Internet and Networks Institute.
- Cimadevilla, G. (2010). La cuestión rurbana: apuntes para una entrada comunicacional. *Intercom - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, 33(2), 73-85.
- De Smedt, T., & Geeroms, C. C. (2006). *A European Research Project: The Appropriation of New Media by Youth*. Bélgica.
- Domingues, Á. (2012). *Vida no Campo* (1ª ed. Vol. 45). Porto: Dafne Editora.

- Ferrão, J. (2000). Relações entre mundo rural e mundo urbano. Evolução histórica, situação actual e pistas para o futuro. *Sociologia. Problemas e Práticas*(33), 45-54.
- Figueiredo, E. (2011). Introdução: Um rural cheio de futuros? In E. Figueiredo (Ed.), *O Rural Plural - olhar o presente, imaginar o futuro* (1ª ed., pp. 13-46). Castro Verde: 100 Luz.
- Giri, J. (2002). *Digital Divide: Exploring National and International Approaches to Bridge the Digital Divide and Formulating a Strategic Model That Can Be Implemented in Developing Countries*. Paper presented at the ICT and Development, Nepal. policy-icasit.gmu.edu/news/ddnepal.pdf
- Gonçalves, A. (2004). *Diferenças de estilos de vida entre populações jovens de meio rural (Boticas) e de meio urbano (Braga)*. Mestrado, Universidade do Minho, Braga. Retrieved from <http://hdl.handle.net/1822/1022>
- Hindman, D. (2000). The rural-urban digital divide. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 77(3), 549-560.
- Levinson, P. (1997/1998). *A Arma Suave - História Natural e Futuro da Revolução da Informação*. Lisboa: Editorial Bizâncio.
- Livingstone, S., & Haddon, L. C. (2009). EU Kids Online. Final Evaluation Report. London: The London School of Economics and Political Science.
- Llamazares, J. (2005, Aug, 21 2005). Turismo rural, *El País*. Retrieved from http://elpais.com/diario/2005/08/21/domingo/1124596357_850215.html
- Mannheim, K. (1952/1990). O Problema das Gerações. In K. Mannheim (Ed.), *Sociologia do Conhecimento* (Vol. II, pp. 115-176). Porto: Rés.
- Moura, A. (2009). *Geração Móvel: um ambiente de aprendizagem suportado por tecnologias móveis para a "Geração Polegar"*. Paper presented at the VI Conferência Internacional de TIC na Educação, Braga.
- Ponte, C. (2011). Uma geração digital? A influência familiar na experiência mediática de adolescentes. *Sociologia. Problemas e Práticas*(65), 31-50.
- Rivoltella, P. (2010). La screen generation: media, culture e compiti dell'educazione. *Cittadini in Crescita*(2), 5-9.
- Roberto, J. (2010). Anos 1990-1999. As novas tecnologias. In Visão/Expresso (Ed.), *Os nossos anos* (Vol. 9, pp. 95). Lisboa: Planeta DeAgostini.
- Simões, L., & Gouveia, L. (2008). Geração Net, Web 2.0 e ensino superior. In E. Freitas & S. Tuna (Eds.), *Cadernos de Estudos Mediáticos* (pp. 21-32). Porto: Universidade Fernando Pessoa.
- Stefanelli, M. (2009). *Media+Generations*. Milão: Università Cattolica del Sacro Cuore.
- Teixeira-Botelho, I. (2011). *Geração Extreme*. Lisboa: Edições Sílabo.
- Twenge, J. (2006). *Generation me: why today's young Americans are more confident, assertive, entitled - and more miserable - than ever before*. Nova Iorque: Free Press.
- Vieira, J. (2001). Crónica em imagens 1990-2000. In J. Vieira (Ed.), *Portugal Século XX* (Vol. 10, pp. 240). Lisboa: Círculo de Leitores.
- Villar, F. (2007). Intergenerational or Multigenerational? A Question of Nuance. *Journal of Intergenerational Relationships*, 5(1), 115-117.
- Weiser, M. (1991). The Computer for the 21st Century. *Mobile Computing and Communications Review*, 3(3), 3-11.

Whitacre, B., & Mills, B. (2002). *Understanding the Rural-Urban Digital Divide*. Paper presented at the Annual Meeting of the American Agricultural Economics Association, Long Beach. <http://purl.umn.edu/19743>

Williams, N. (1966/1989). 1939/1959 *Cronologia Enciclopédica do Mundo Moderno* (Vol. 6, pp. 115). Lisboa: Círculo de Leitores.

ⁱ <http://213.58.135.110/50anos/50Anos/Livro/DecadaDe50/TELEVISAOUmaHistoriaComMuitosProtagonistas/>

ⁱⁱ http://metaweb.ine.pt/sine/UInterfaces/SineClass_Vers.aspx

ⁱⁱⁱ http://digital_inclusion.up.pt/