

Emília Araújo & Eduardo Duque (eds.) (2012)
Os tempos sociais e o mundo contemporâneo. Um debate para as ciências sociais e humanas
Universidade do Minho: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade / Centro de Investigação em
Ciências Sociais
ISBN: 978-989-8600-07-3

O uso dos novos *media* e a redefinição de tempos e espaços em meio rural

ANA MELRO & LÍDIA OLIVEIRA

Universidade de Aveiro; CETAC MEDIA

alrmelro@gmail.com; lidia@ua.pt

Resumo:

Vivemos um momento em que a utilização frequente dos novos *media* origina mutações na forma como se perciona o tempo e o espaço. A expressão “a qualquer hora, em qualquer lugar” traduz esta ideia de diluição de fronteiras entre diferentes contextos – familiar, laboral/escolar e de lazer- favorecendo a tese de que se assiste a uma crescente hibridez nos espaços-tempo, a maioria das vezes não apercebida por parte das populações.

Como diversos autores afirmam (entre eles, Castells, Thompson e Harvey), se o tempo de trabalho entra nas casas e nas redes de amizade, algo potenciado pelo estado de permanente conetividade, também é muito provável que o contrário aconteça, ou seja, que exigências familiares e outras invadam o tempo e o espaço de trabalho. Aliás, se as interações face a face costumavam ser o intercâmbio privilegiado de conteúdo simbólico, com os novos *media* esse mesmo intercâmbio ganha contornos diferentes que podem ser compreendidos através do processo que Harvey chama “shrinking map of the world”. Partindo da ideia de que os utilizadores de novos *media* experimentam novas conceptualizações de espaço e de tempo, designadamente à custa da utilização intensiva dos ecrãs, reflecte-se neste texto sobre: i) a forma como essa redefinição dos tempos e espaços ocorre nos variados contextos sociais – familiar, laboral/escolar e de lazer ; ii) a forma como os indivíduos a percebem ou lhes passa despercebida; e iii) o realismo da ideia sobre a crescente fluidez entre tempos e espaços nos contextos de vida do meio rural português.

Palavras-chave:

Novos *media*, redefinição do tempo, redefinição do espaço, meio rural, gerações de ecrã, contextos sociais

Introdução

No presente texto a reflexão é feita em torno das problemáticas sobre os usos e apropriações dos novos *media* (a televisão, o computador e o telemóvel), por indivíduos pertencentes a três gerações¹ (nascidos na década de 50, 70 e 90, do século passado) e

¹ No contexto da investigação realizada, foi apropriado o conceito de geração de Karl Mannheim (1990 [1952]), que considerava que “Indivíduos que pertencem à mesma geração, que partilham do mesmo ano de nascimento, estão ligados, por esse facto, a uma posição comum na dimensão histórica do processo social (...) predispondo-lhes um

residentes em meio rural. Reflete-se, ainda, sobre a dimensão temporal e espacial desses usos e apropriações. Pretende-se relacionar a (não) utilização dos *media* com a percepção dos indivíduos das três gerações sobre a necessidade de alterar hábitos: será que há alteração de hábitos, no sentido da eliminação das fronteiras entre tempos e espaços? Será que estes se estão a constituir como contextos híbridos, de constante interação? Quais as dinâmicas de utilização dos novos *media* / ecrãs em três gerações distintas, em meio rural?

Para tentar responder a estas questões, contemplam-se os seguintes objetivos gerais:

- Analisar a utilização dos novos *media*/ecrãs em âmbito rural.
- 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.
- Analisar a forma como se processam as relações sociais no presente, considerando a frequente utilização dos novos *media*.

O texto organiza-se em quatro pontos: no primeiro será realizada uma breve reflexão focando a relação entre a definição de tempo e a utilização dos novos *media*/ecrãs, evidenciando-se os tempo de trabalho, de lazer e familiares.

O segundo incide sobre o entendimento do meio rural em pleno século XXI, sendo posta a questão sobre a sua eventual redefinição, de modo a cumprir o papel que lhe tem sido atribuído ao longo dos anos - um local idílico, belo e puro (Bryant & Pini, 2011, 6) e, ao mesmo tempo, abarcar as novas tendências tecnológicas.

No terceiro ponto dá-se continuidade a este segundo tópico, mas privilegiando a discussão à volta dos novos *media* e da sua inserção no meio rural. Serão apresentadas algumas informações estatísticas que permitem uma melhor compreensão da disseminação dos *media* (da televisão, do computador e do 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.

O quarto ponto descreve a metodologia usada. É dada particular ênfase à análise dos focus group realizados durante os meses de novembro e dezembro de 2011 e aos diários preenchidos por participantes num grupo de discussão multigeracional (de 4 a 18 de dezembro de 2011), em Ponte de Lima.

Os resultados aqui apresentados são parte de uma investigação mais abrangente que está a decorrer no âmbito do doutoramento em Informação e Comunicação em Plataformas Digitais (Programa Doutoral conjunto da Universidade de Aveiro e da Universidade do Porto), cujos resultados finais se pretendem apresentar em meados de 2013 à Universidade de Aveiro.

1. A noção de tempo e a utilização dos novos *media*

Ao longo dos anos e dos séculos, “não ocorreu apenas uma ruptura ou uma descoincidência entre tempo e lugar; ocorreu igualmente uma profunda mudança na relação

certo modo característico de pensamento e experiência, e um tipo característico de acção historicamente relevante.” (Mannheim, 1990 [1952], 134-136).

dos agentes e dos grupos sociais com o tempo e o lugar” (Pinto, 2000, 54), que os “obriga” a estar disponíveis quase 24 horas por dia, e mesmo conectados e informados, sendo, por isso, considerados indivíduos virtuais, tal como defende Turkle (1997), ou “indivíduos de ecrã”.

Estão a ocorrer alterações profundas na organização da sociedade em termos laborais e escolares, familiares e de lazer que implicam reestruturação dos tempos e espaços. Para Silverstone, et. al (1992), essa reestruturação acontece, sobretudo, na economia familiar, uma vez que esta está em permanente interação com o mundo exterior por via dos meios de informação e de comunicação. Tal reestruturação exige adaptação por parte dos indivíduos a qual se realiza em quatro fases distintas: i) a apropriação, ou seja, a altura em que o indivíduo adquire um objeto e se converte no seu dono; ii) a objetivação, expressa na efetiva utilização do objeto adquirido, mas também na disposição que este assume dentro de casa; iii) a incorporação que se refere à sua integração nas demais tarefas e rotinas domésticas e iv) a conversão, que define a relação entre a família e o mundo exterior, isto é, o lugar que aquela reivindica para si e os seus membros no lugar onde se encontra, no mundo do trabalho e nos restantes grupos sociais (Silverstone et al., 1992, 47-52).

Thompson (1998) afirma que a adaptação aos novos *media* é uma obrigação presente e real, imprescindível para quem se quer manter atualizado.

Harvey (1990) desenvolve uma forma de representar esta reestruturação global, útil para perceber a configuração das relações sociais, laborais e familiares. Trata-se da redução progressiva do mundo (*shrinking map of the world*), que se apresenta na Figura 1.

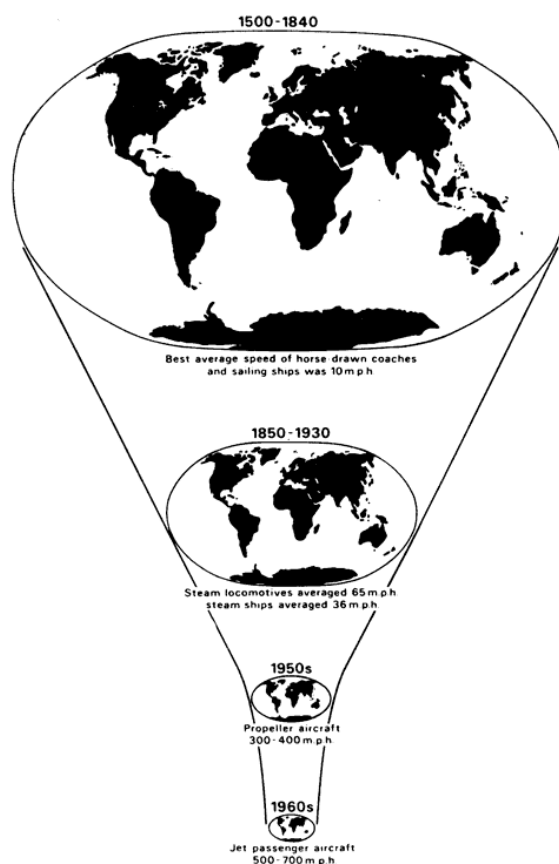


Figura 1 – Mapa de redução do mundo (Harvey, 1990: 241)

O autor argumenta que se tem verificado, ao longo dos anos, uma progressiva “redução” do mundo expressa através das velocidades médias atingidas pelos meios de transporte mais utilizados em cada uma das épocas. No seu entendimento, a forma como a evolução tecnológica progrediu permitiu aumentar a velocidade, encurtando as distâncias entre espaços e diminuindo o tempo de viagem e para encontro. Se entre 1500 a 1840 a melhor velocidade média era de cerca de 16 km/hora, possibilitada pelas carruagens puxadas por cavalos e pelos veleiros; nos anos 60, os aviões de passageiros a jato atingiam entre 500 e 700 milhas/ hora; e, desde a década de 90, com meios de transporte como o Alfa Pendular (comboio de alta velocidade) e meios de comunicação, como o telemóvel e a videoconferência, as distâncias entre espaços tornaram-se mais curtas.

O autor explicita que:

“As space appears to shrink to a ‘global village’ of telecommunications and a ‘spaceship earth’ of economic and ecological interdependencies and as time horizons shorten to the point where the present is all there is, so we have to learn how to cope with an overwhelming sense of compression of our spatial and temporal worlds.”
(Harvey, 1990, 240)

Castells (2007) (1996/2007) considera que a transformação espacial e temporal ocorre num espaço de fluxos e um tempo atemporal. O primeiro compreende a forma como as práticas sociais partilhadas com os demais, por meio de uma organização material, é realizada através de fluxos, isto é, práticas rotineiras e repetitivas que ocorrem por entre a interação das posições ocupadas pelos atores sociais nas diversas estruturas da sociedade (económica, política e simbólica) (Castells, 1996/2007, 535-536).

O “tempo atemporal” traduz o paradigma informacional da sociedade em rede e a forma como ambos obrigam a um corte na sequência temporal dos contextos e dos seus fenómenos. Corte que pode ter dois efeitos: a eliminação da ocorrência do fenómeno ou a descontinuidade (Castells, 1996/2007, 597) (Castells et al., 2007, 219-220).

Se a redução de tempos e espaços ocorre de um modo mais geral, ocorre também de forma particular. Como refere Castells (2007) o trabalho entra nas casas e nas redes de amizade, no entanto, também o tempo familiar e os tempos de lazer estão contaminados pelo tempo de trabalho, o que é bem expresso pela ocorrência de chamadas telefónicas e a resposta a e-mails para resolver questões laborais, por exemplo (Castells et al., 2007, 104).

Aliás, a transferência virtual dos indivíduos é um efeito do tempo atemporal e do espaço de fluxos. É possível, hoje, ir para outros lugares sem que isso implique deslocação física. Esta transferência virtual é possível não só pelo recurso aos novos media, mas também devido à convergência dos próprios artefactos (a televisão no computador, o rádio no telemóvel, entre outros), permitindo que várias ações sejam desenvolvidas ao mesmo tempo (ter uma reunião de trabalho e estar a par das últimas notícias nacionais e internacionais), sem alteração do contexto. E, ao contrário do que assumem outros autores (Pinto, 2005, 263), Jenkins (2006/2008) considera que essa convergência leva ao convívio, à efetivação do social (Jenkins, 2006/2008, 55), de uma forma natural (Turkle, 1997, 38), uma vez que os ecrãs não são mais objetos estranhos, mas sim uma extensão dos próprios seres

humanos e sociais (McLuhan, 2008 [1964], 103). Em termos mais gerais, essas possibilidades explicam-se pela convergência dos vários *media* num só: ao mesmo tempo há convergências de contexto de trabalho, familiar e de lazer. Mas essas possibilidades também implicam a readaptação constante dos indivíduos, dos seus corpos, dos esquemas cognitivos, dos seus modos de vida.

Retomando os diversos contextos, Frau-Meigs (2011) apresenta o que pode ser uma redefinição do espaço familiar provocada pela integração dos novos media. O autor afirma que:

“A família associada ao ecrã é aquela que se expande para incluir os periféricos extensíveis como a aparelhagem estéreo, o decodificador, a consola de jogos de vídeo, o teclado... A convergência não se manifesta por uma unidade central mas pelos nós de uma rede, mesmo porque no sujeito tudo passa pelo ecrã onde fica o centro desta interactividade: ele é o centro de todo o sistema de conexão, como fornecedor de espectáculos e de serviços. (...). Então, o ecrã é transversal, presente em todos os espaços, em todos os momentos.” (Frau-Meigs, 2011, 72)

Neste contexto, a utilização de ecrãs poderá não significar isolamento dos indivíduos, como refere, aliás, Salovaara (2010): “many *media* technologies help people form and maintain several social networks that are not as locally bounded as they used to be”. No entanto, a preferência pela sua utilização nos tempos familiares pode desencadear mais situações de individualização, do que de sociabilização (Salovaara et al., 2010, 816).

No fundo, pode argumentar-se que se cria um novo habitus², definido como:

“disposições duráveis, ou capacidades treinadas e propensões estruturadas para pensar, sentir e agir de modos determinados, que então as guiam nas suas respostas criativas aos constrangimentos e solicitações do seu meio social existente” (Wacquant, 2007, 66).

Essas disposições podem ser de ordem individual ou social, se nos referimos à experiência vivida de forma isolada ou conjunta.

No contexto laboral, Agger (2011) define o tempo como ‘iTime’. Com esta classificação, o autor entende que o telemóvel contemporâneo, ou o “telefone inteligente” (smartphone), é considerado como a nova fábrica, e os emails e as mensagens electrónicas integram o novo processo de produção, transformando-o em algo móvel (podendo ser transferido para os outros contextos). A vida profissional, por exemplo, acaba por ser uma esfera que fica devota ao ecrã (Agger, 2011, pp. 120-121).

No contexto social ou de lazer, as principais transformações ocorrem no tipo de interação que os indivíduos desenvolvem entre si. Thompson (1998) propõe uma teoria através da qual expõe os três tipos de interação que considera serem mais frequentes no contexto atual de globalização: a face a face, ou presencial; a mediada e a quase mediada. O autor afirma que na primeira, os contextos espacial e temporal são os mesmos, neles existindo uma situação evidente de co-presença na qual os indivíduos usufruem da

² Conceito desenvolvido por Pierre Bourdieu (1984/2003), como “necessidade empírica de apreender as relações de afinidade entre o comportamento dos agentes e as estruturas e condicionamentos sociais.” (Setton, 2002: 62)

multiplicidade de sistemas simbólicos. As interações mediadas implicam a utilização de um meio para estabelecer a comunicação: o papel no caso da carta, um telefone no caso das conversas através desse meio, etc.. Esses intermediários permitem que espaço e tempo sejam diferentes para o emissor e para o receptor, ou seja, existe toda uma série de indicadores contextuais e simbólicos que deixam de poder ser usados para descoficar as mensagens. Segundo o autor, ganha-se a amplitude espaço-temporal, mas reduz-se a possibilidade de minimizar a ambiguidade com recursos a indicadores simbólicos fornecidos pela componente não-verbal da comunicação e pelos indicadores contextuais. Por último, as interações quase mediadas são as estabelecidas através dos meios de comunicação de massa (livros, jornais, rádio, televisão, etc.), através dos quais o espaço e o tempo ficam ainda mais diluídos e a interação recíproca minimizada, ou seja, contrariamente à face-a-face e à quase-mediada que são dialógicas, a mediada é monológica, tendencialmente o fluxo comunicacional dá-se apenas num sentido (Thompson, 1998, pp. 78-79).

Atualmente e ainda como sugere o autor (Thompson, 1998: 80), as interações podem já não ser estanques, mas, acima de tudo, assumir um carácter híbrido, pois é possível misturar as interações de co-presença, com as quase mediadas e com as mediadas no mesmo momento. Tal poderá significar que, em algumas alturas, se assumam também diferentes personalidades, ou diferentes “eu’s”, dependendo do contexto em que ocorre a interacção (Turkle, 1997, 290). Rivoltella (2010) afirma mesmo que não se podem estabelecer distinções entre o que é o espaço real e o que é o espaço da rede social, mas sim defini-los como o prolongamento um do outro (Rivoltella, 2010, 7).

A teoria social construtivista (Massey, 1994 cit. in Bryant & Pini, 2011) que explicita a diluição dos tempos incide também sobre a fluidez e a hibridez dos espaços e dos locais e sobre a relação destes com a experiência temporal. A autora refere que a tentativa de estabelecer fronteiras pode ser entendida como um esforço no sentido de construir um significado que integra a sintaxe espaço-tempo, portanto de forma híbrida e não estanque (Massey, 1994, 5 cit in. Bryant & Pini, 2011, 5).

Estarão os indivíduos preparados para estas transformações que já estão a ocorrer? Pinto (2005) é da opinião que “a propalada aldeia global em que a parafernália de redes e de dispositivos tecnológicos aparentemente converteu o mundo debate-se com o crescente gap informacional, não apenas no plano do acesso, mas igualmente no do usufruto” (Pinto, 2005: 263), aliás, como viverá o mundo rural todas estas transformações?

2. Os tempos e os espaços no meio rural – haverá lugar a uma redefinição?

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.

Os mapas que se apresentam, de seguida, evidenciam a distribuição da população residente e a densidade populacional no país, a nível municipal, das manchas mais escuras

para as mais claras vê-se refletido a maior e menor existência de população, respetivamente.

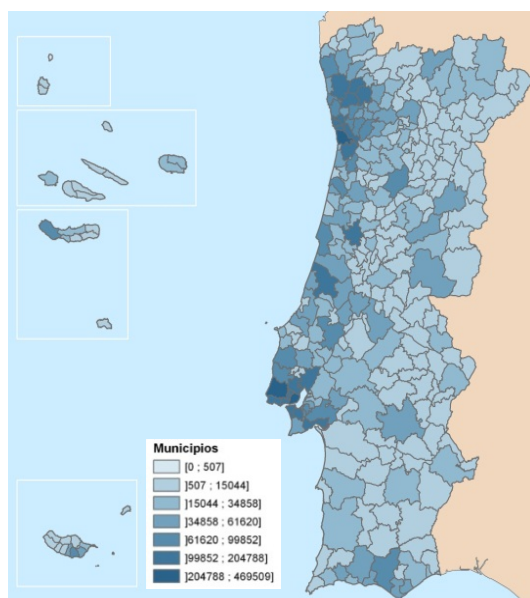


Figura 2 – População residente (N.º) por Municípios – 2010

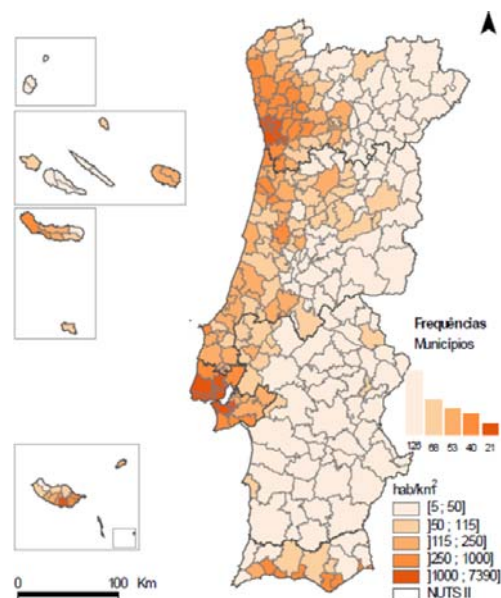


Figura 3 – Densidade populacional (N.º/Km²) por Municípios – 2011

Como se pode verificar, é no litoral que as manchas mais escuras sobressaem, ficando situadas as mais claras, referentes à baixa população residente e baixa densidade populacional, no interior.

Não é objetivo dedicar esta parte à definição das várias formas que pode assumir o rural, nem à definição deste em oposição ao urbano. No momento atual não se consegue estabelecer uma distinção precisa – exceto através de valores estatísticos – sobre as características da ruralidade. A oposição com o urbano é, aliás, por vezes, a via mais fácil encontrada para se definir o rural. No contexto contemporâneo o rural já não se dedica exclusivamente à produção de alimentos que possam, posteriormente, ser distribuídos nos meios urbanos. O rural está, desde a década de 80, envelhecido, dedicado a outras atividades (como o turismo rural), que poderão ajudar a combater o abandono e o atraso verificado durante anos, devido, sobretudo, à forte migração para as áreas urbanas (CEE, 1988, 5-6).

Para Baptista (2006), Portugal possui zonas bastante demarcadas de características de ruralidade devido a vários factores, entre eles: 1) As perdas dramáticas de população; 2) Os acentuados processos de envelhecimento da mesma; 3) Os baixos níveis de escolaridade; 4) A perda de importância económica e social da actividade agrícola; 5) A longa ausência de uma actuação política eficaz; 6) A perda de competitividade económica e 7) A ausência de dinâmicas sociais e económicas alternativas (Baptista, 2006).

Mas o rural português é também agora percecionado como uma alternativa ao frenesim da vida citadina, um local onde é possível descansar, relaxar, ter momentos de

sossego como já não é possível no meio urbano. É a “dinamização do rural como local de consumo” (Baptista, 2006, 92). Aliás, já no final da década de 80 esta era a perceção para a Comunidade Económica Europeia - “As a buffer area and refuge for recreation, the countryside is vital to the general ecological equilibrium, and it is assuming an increasingly important role as the most popular location for relaxation and leisure” (CEE, 1988).

Assim, se é fácil definir o rural em termos estatísticos, transforma-se numa tarefa bem mais complexa quando se pretende uma definição do que é a ruralidade, isto é, da definição do meio rural em termos de características e pormenores que o delimitem, que o distingam do meio urbano, que não o misturem com outras áreas. De acordo com Figueiredo (2003):

“Se é certo que o espaço rural não pode ser marcado já pelas mesmas características que o marcavam há algumas décadas atrás, também é certo que as muito debatidas transformações ocorridas na sociedade em geral e nas sociedades rurais em particular, estiveram, em nossa opinião, longe de permitir que o rural se diluísse no urbano ou ainda de permitir o surgimento de um espaço rurbano.” (Figueiredo, 2003, 131)

O meio rural tem passado por 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, 13-14). Redefinição que se dá, principalmente, por já não se tratar de um território que se dedica exclusivamente à agricultura, até 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, 46). Antes, porque é um território onde surgem cada vez mais serviços e que recebe cada vez mais residentes do meio urbano. Uma recepção que se faz em moldes muito concretos, através de ofertas habitacionais transformadas, por exemplo, em turismo rural. Conforme refere, aliás, Julio Llamazares, “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).

As estratégias de intervenção dos 5 “re’s” (reestruturação, redefinição, recriação, reconfiguração e reinvenção (Figueiredo, 2011)) surgem, então, como resposta às necessidades de encontrar uma compreensão para o que é hoje o rural. Ainda Figueiredo (2011) considera que, devido às metamorfoses pelas quais passa o rural, este é desafiado por uma certa “esquizofrenia funcional”, uma vez que há novas respostas que não só se procuram no rural (tanto os residentes no meio urbano, como os autóctones), como são impostas pelo rural (pois, a agricultura é uma atividade em declínio) (Figueiredo, 2011, 16). Domingues (2012) considera mesmo que estamos perante um rural que não existe, que está “desruralizado” e que o rural autêntico é afinal, um mito que apenas está presente em resorts de luxo ou casas de turismo rural (Domingues, 2012).

Cimadevilla (2010) defende a existência do processo de “rurbanização”, ou seja, a coexistência do rural e do urbano em cada um dos meios, mas que, em vez de estarem completamente isolados, as características de ambos os meios são evidenciadas de forma conjunta e agregada (Cimadevilla, 2010, 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 e dos usos contemporâneos dos tempos sociais.

No fundo, os autores afirmam ser necessário inventar “novos rurais” (Figueiredo, 2011, 19) ou reinventar o rural existente. Essa reinvenção ocorre ao longo das gerações populacionais e do que estas trazem consigo: os hábitos, as culturas, os valores, os consumos, as técnicas entre outros elementos. Curiosamente, esta reinvenção caracteriza-se, cada vez mais, pela demarcação da ausência dos novos *media*. Por exemplo, algumas casas de turismo rural são publicitadas fazendo notar que não dispõem dos *media* e sinalizando que desta forma, possibilitam um melhor aproveitamento da quietude e do sossego que o rural tem para oferecer. Trata-se de uma estratégia de marketing na qual se torna explícita não só a capacidade de o rural ainda oferecer o que a urbanidade já não consegue, como um certo excesso de consumo e uso dos *media* e do qual é necessário afastamento.

A redefinição do rural passa também pela forma como se vivencia o tempo. De acordo com Bauman (2000), para definir o tempo é preciso distingui-lo do espaço, pois o primeiro “pode ser alterado e manipulado – e mais importante, pode ser encurtado, menos custoso, e muito mais produtivo” (Bauman, 2000, 173). No meio rural a forma como se vivencia o tempo e o espaço pode ser ainda considerada distinta da que caracteriza os meios mais urbanos, em virtude de os meios rurais não parecerem tão expostos às lógicas de aceleração intensivas que caracterizam os meios mais urbanos.

3. O uso dos novos *media* no meio rural

O século XX foi profícuo na abertura à entrada de tecnologias. No final da década de 50 assiste-se ao surgimento (e rápida difusão por todos os lares) da televisão, a designada “caixa mágica”. Posteriormente, em finais da década de 70, assiste-se ao início da utilização dos computadores, sendo o exponencial da sua utilização iniciado na década de 80, com o desenvolvimento dos PCs (computadores pessoais). Na década de 90 introduzem-se os telemóveis, primeiro mais acessíveis às classes mais altas, com o propósito quase exclusivo de funcionar nos automóveis, mas rapidamente (à semelhança da televisão e do computador) difundidos.

Também o meio rural português foi progressivamente incorporando a presença dos *media* nas suas dinâmicas quotidianas. A opção pelo estudo desta área do país foi precisamente para se contribuir para o aumento estudos que permitam compreender se os ecrãs/novos *media* são entendidos pelos seus residentes da forma ubíqua e transversal que se mencionou anteriormente. Mais precisamente, terão os meios rurais sido invadidos e influenciados pelos novos *media*, de forma a alterar práticas quotidianas? Serão os residentes do meio rural utilizadores diários, nos mais variados contextos, dos novos *media*/ecrãs?

A televisão, o computador e o telemóvel fazem parte do quotidiano de grande parte da população portuguesa, tal como se pode verificar pelo relatório “A Internet em Portugal 2011” (Cardoso & Espanha, 2012) 99,9% dos inquiridos afirmaram ter televisão; 50,5% e 35,5% indicaram ter computador pessoal portátil e computador pessoal fixo, respetivamente; enquanto 88,5% dos inquiridos disse ter telemóvel e a tendência é para

umentar, não só pelas exigências permanentes da sociedade, como pela necessidade que se vai sentindo de atualização constante (Cardoso & Espanha, 2012, 13). Estes valores e as conclusões qualitativas de alguns projetos europeus, como EU Kids Online (Livingstone & Haddon, 2009), Mediappro (De Smedt & Geeroms, 2006) e Media+Generations (Stefanelli, 2009) mostram o poder transformativo dos ecrãs na experiência social e quotidiana dos indivíduos.

Apesar daqueles números dizerem respeito ao território nacional, os seus valores elevados fazem concluir que a existência no meio rural não será muito menor. Considerando a tabela 1 e quando comparada com as figuras 1 e 2, relativas aos mapas de população residente e densidade populacional em Portugal Continental e Ilhas, verifica-se que as zonas de maior ruralidade (Norte e Alentejo) não estão muito afastadas da média, nem das regiões mais povoadas (Centro e Lisboa). Pode afirmar-se que as gerações, nomeadamente, aquelas que aqui se encontram em análise (1950, 1970 e 1990) são, por isso, “gerações de ecrã”.

	Agregados domésticos		
	Acesso a computador (inclui computador de bolso)	Ligação à Internet	Ligação à Internet através de banda larga
Portugal	56,0	47,9	46,2
Norte	56,9	47,3	45,1
Centro	49,9	41,4	39,3
Lisboa	62,4	55,4	54,1
Alentejo	43,0	38,5	37,1
Algarve	57,1	50,6	50,2
R. A. Açores	56,0	46,7	45,5
R. A. Madeira	58,3	49,7	48,2

Tabela 1a – Indicadores da sociedade de informação nas famílias por NUTS II, 2009 (em %)

	Indivíduos							
	Utilização de computador				Utilização de Internet			
	Total	dos quais			Total	dos quais		
Em casa		No local de trabalho	Na escola ou Universidade	Em casa		No local de trabalho	Na escola ou Universidade	
Portugal	51,4	89,4	45,7	16,7	46,5	85,0	42,3	17,3
Norte	48,8	87,2	46,7	17,3	42,9	82,0	43,3	18,2
Centro	46,8	91,8	39,4	23,8	43,7	86,3	35,1	24,9
Lisboa	60,3	90,3	48,1	13,0	55,0	86,0	45,9	13,3
Alentejo	45,9	87,5	45,0	14,2	41,5	86,7	40,0	13,3
Algarve	56,3	93,1	54,4	10,1	52,0	91,1	48,5	11,2
R. A. Açores	42,7	88,9	41,6	14,1	36,8	85,6	40,2	15,1
R. A. Madeira	48,8	85,8	42,2	15,2	44,3	83,6	39,3	14,3

Tabela 1b – Indicadores da sociedade de informação nas famílias por NUTS II, 2009 (em %)

Consideremos que 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 a 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, 3)

Todavia, tendo em consideração os *media* em estudo (a televisão, o computador e o telemóvel), deve reconhecer-se que a visibilidade do fosso digital entre os meios rural e urban não é um fenómeno tão evidente. Os dados estatísticos referidos anteriormente levam a afirmar que a apropriação e a utilização dos novos *media* começam a ser quotidianas, também nos contextos rurais e a estarem presentes em todas as dinâmicas (de lazer, familiar e laboral). Aliás, o custo relativamente mais baixo dos computadores e dos telemóveis - para não referir a televisão, uma vez que é o objeto mais habitual, existente em 99,9% dos lares portugueses (Cardoso, Espanha, Cheta, & Araújo, 2009), é um factor que contribui para a sua aquisição de forma cada vez mais massiva.

Uma análise estatística aos vários contextos (de lazer, familiar e laboral/escolar) de utilização dos novos *media* permite verificar que, independentemente de qualquer que tenha sido o seu propósito inicial, estes estão cada vez mais presentes. Em contextos formais, como a escola ou o local de trabalho, os novos *media*, sobretudo o computador e a Internet, são já uma realidade diária. A análise que se faz quando se pensa no trabalho e, cada vez mais, na escola, parte do princípio de que já não seria possível desempenhar as funções de outra forma. Em 2003 a utilização do computador em empresas portuguesas com 10 ou mais trabalhadores era de 81,6%, valor que ascende aos 97,5%, em 2011³. No que diz respeito à utilização de computador com ligação à Internet nas escolas, as estatísticas oficiais do Ministério da Educação referem que, no ano letivo 2001/2002, o rácio de alunos por computador com ligação à Internet era de 17,3 (nos níveis de ensino do 1º, 2º e 3º ciclo e secundário, público e privado), valor que diminui para 2 no ano lectivo de 2009/2010. Em números efetivos, neste último ano letivo eram 594.999 computadores com ligação à internet para 1.189.998 alunos matriculados, no Continente (nos níveis de ensino e modalidades mencionadas anteriormente) (GEPE, 2011).

Em termos de utilização familiar ou em casa - designada de utilização doméstica dos novos *media* - a evolução segue no mesmo sentido. De acordo com um estudo da Markttest, em 2006, cada lar tinha, em média, 1,4 computadores, em 2010 esse valor aumenta para 1,8. A presença de computadores portáteis em casa era, em 2010, de 53%, valor que era de apenas 19% em 2006 (Markttest, 2010).

³ www.pordata.pt

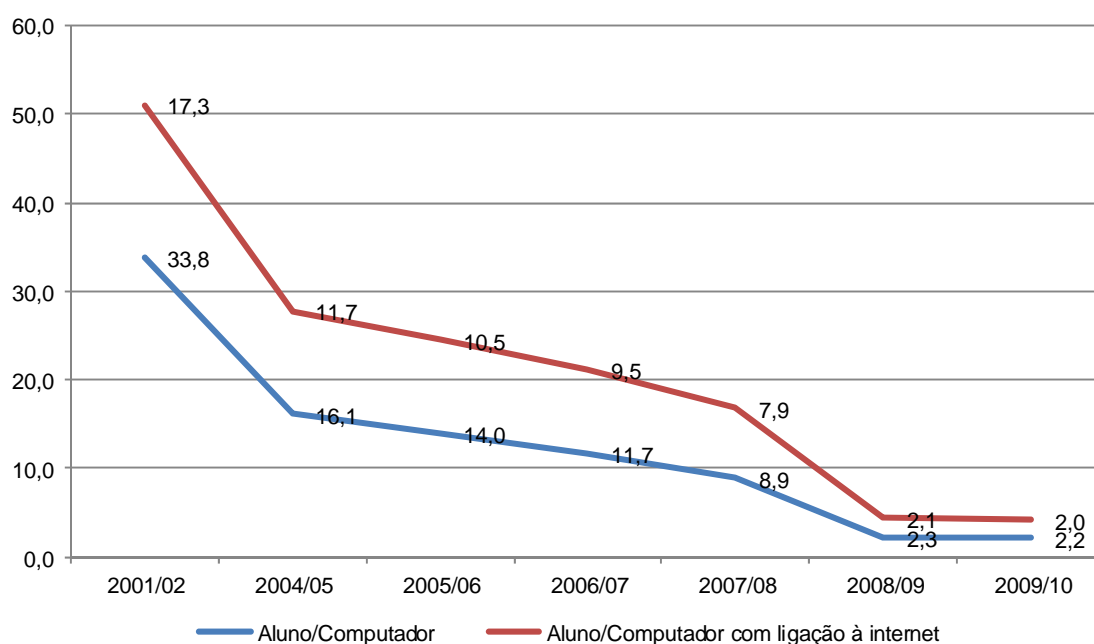


Gráfico 1 – Relação alunos/computador e relação alunos/computador com ligação à Internet, em escolas dos ensinos básicos e secundário regular, no Continente (2001/02, 2004/05 – 2009/2010)⁴

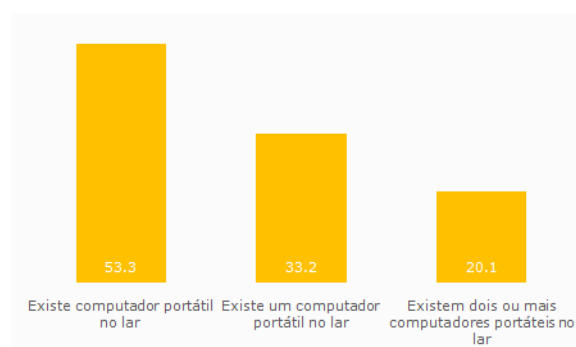


Gráfico 2 – Posse de computador portátil no lar (em %), em 2010⁵

Relativamente à distinção das formas de utilização dos novos *media* nas diferentes gerações que de interesse abordar neste trabalho, as estatísticas do INE informam que 94% dos indivíduos situados entre os 16 e os 24 anos utilizam o computador. Quando subimos até aos 35 e 44 anos esse valor desce para 66,9%. Entre os 45 e 54 anos a utilização do computador é de 46,7% e, num escalão etário mais elevado, entre os 55 e os 64 anos essa utilização é de 32%. Ou seja, ainda que a relação entre a idade e a utilização de computador seja inversa, a utilização nunca chega a ser inexistente, mesmo nos seniores, ao contrário do que se poderia pensar (INE, 2010). Aliás, segundo um relatório da Marktest, mesmo dentro

⁴ (GEPE, 2011, 99-101)

⁵ (Marktest, 2010)

deste grupo, a utilização de redes sociais está a aumentar, “os indivíduos com mais de 44 anos mais que triplicou o hábito de aceder a redes sociais, quando comparado com o ano anterior”, e em 2010 representam uma percentagem de 5,4 (Marktest, 2011).

4. Apresentação e discussão dos resultados

Como parte do trabalho empírico da investigação durante os meses de novembro e dezembro de 2011 foram realizados três grupos de foco unigeracionais (a cada uma das gerações em estudo) e um multigeracional (colocando em interação as três gerações), na vila de Ponte de Lima. Aos participantes no último grupo de foco foi ainda solicitado que preenchessem um diário durante 15 dias.

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 parâmetros descritos pelo INE. 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. Realizar esta investigação, sobre a reflexão da utilização dos novos *media* em três gerações, implica um acompanhamento dos indivíduos que se pretendem observar, pois requer a compreensão de práticas quotidianas. Assim, concluiu-se que seria possível fazer esse acompanhamento através das duas técnicas mencionadas: os grupos de foco e os diários.

Ponte de Lima, não obstante situar-se no distrito de Viana do Castelo, foi selecionada para este estudo porque permitia incluir indivíduos residentes em meio rural. Apesar desses indivíduos terem algum contacto com o meio urbano, dada a proximidade territorial com cidades, isso não era considerado um problema para a investigação. O principal objetivo dos grupos de foco era a obtenção de testemunhos que ajudassem na construção do instrumento de recolha de dados a aplicar numa fase posterior, o inquérito por questionário, de âmbito nacional (Continente e Ilhas).

Foi estratégia nos grupos de foco colocar em interação indivíduos pertencentes a três gerações, com o objetivo de observar como respondem a cada uma das afirmações que lhes foram apresentadas em termos de utilização dos media e analisar ainda o que há de divergente e convergente nos membros da mesma geração. Os grupos de foco foram apoiados por um guião, com seis grupos de questões. Foram gravados e filmados e tiveram a duração aproximada de 90 minutos cada.

Na fase posterior dos grupos de foco 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.

Na tabela 2 apresentam-se alguns dos resultados obtidos, incluindo a forma como se processou à categorização e subcategorização, as fontes das quais se retiraram os excertos

dos grupos de foco e as referências encontradas nesses excertos relativas à categoria em questão.

	Subcategoria 1	Subcategoria 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
Gerações		Manhã	1	1
		Noite	2	4
		Tarde	2	6
			3	4
	<i>Cooperação-Conflito</i>		4	35
	<i>Memórias do passado</i>		1	28
Media-Ecrãs		Computador	2	4
		Televisão	3	13
	<i>Relações familiares</i>		4	29
	<i>Relações intergeracionais</i>		1	4
			4	34
Relações sociais	<i>Frequência de utilização</i>		3	29
		Computador	2	9
		Telemóvel	2	7
		Televisão	3	7
Rural			4	24
Rural			0	0
	<i>Aquisição</i>		2	3
	<i>Informação</i>		2	3
	<i>Rural-Urbano</i>		3	20

Tabela 2 – Análise dos grupos de foco com recurso ao NVivo 8

De	Relação	Para	Fonte	Referências
Nascer na década 1950	Implica	Utilizar Telemóvel	1	25
		Utilizar Computador	1	27
		Utilizar Televisão	2	10
Nascer na década 1970		Utilizar Telemóvel	2	22
		Utilizar Televisão	2	41
		Utilizar Computador	2	20
Nascer na década 1990		Utilizar Computador	2	50
		Utilizar Televisão	1	14
		Utilizar Telemóvel	2	29
Utilizar Televisão	Consequência	Contexto Lazer	4	40
		Contexto Familiar	4	23
		Contexto Laboral-escolar	1	1
Utilizar Computador		Contexto Lazer	4	33
		Contexto Familiar	4	9
		Contexto Laboral-escolar	4	40
Utilizar Telemóvel		Contexto Lazer	4	23
		Contexto Familiar	1	2
		Contexto Laboral-escolar	3	8

Tabela 3 – Relações entre categorias

A finalidade das relações (Relationships) entre categorias pretendia-se obter informação significativa para responder às questões de partida e perceber se os objetivos da investigação poderiam ser cumpridos. Esta etapa revelou-se um pouco mais complexa do que inicialmente previsto, uma vez que estipular relações apenas entre duas categorias não era suficiente para demonstrar o tipo de ligação existente. No entanto, também não se considerava que a eliminação de algumas categorias fosse uma alternativa. Na tabela 3 apresentam-se os resultados das relações criadas.

Para além da reflexão em torno das diferenças de utilização dos *media* pelas diferentes gerações, interessa, neste contexto, analisar as dimensões de utilização cruzadas com o tempo. Assim, são de mencionar as relações que se estabeleceram entre o contexto de utilização (lazer, familiar e laboral/escolar) e os *media*. Apesar de ter uma importância significativa a utilização da televisão na família (23 referências), nota-se pelos valores da tabela 3 que a televisão surge mais associada ao contexto de lazer (40 referências). Da mesma forma, apesar do computador ter sido referido algumas vezes como sendo utilizado para lazer (33 referências), a sua utilização torna-se mais evidente no contexto laboral/escolar (40 referências). Em relação ao telemóvel, o seu uso é contínuo ao longo do dia, não perdendo importância mesmo à noite. No entanto, em termos de diferenças entre contextos, apenas assume alguma relevância no que se refere ao lazer (23 referências).

Reproduzimos alguns excertos dos grupos de foco que permitem consolidar algumas das ideias apresentadas até gora nestes texto:

“O telemóvel utilizo durante todo o dia, mais à noite; o computador só em casa, como já disse no serviço também há algumas coisas que também tenho que fazer [...] e a televisão sempre que estou em casa está ligada, dou uma espreitadela se estiver a fazer o almoço ou assim.”

(FM50)

“É impensável hoje ir para qualquer lado e não levar um telemóvel. [...] Até nas férias.”

(CC70)

“Telemóvel e computador é trabalho, televisão é casa.”

(FA70)

“A única coisa que uso ao mesmo tempo é o telemóvel e o computador porque às vezes preciso de perguntar umas coisas aos meus colegas e mando mensagens e estou ao computador.”

(MV90)

Os diários foram preenchidos pelos 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 grupos de foco. Uma das preocupações foi a de contemplar o período de fim de semana, para que, dessa forma, se pudesse 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.

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 50 que lhe atribui mais importância (33 horas e 35 minutos), seguida da geração de 70 (24 horas e 36 minutos) e da geração de 90, utilizando durante 12 horas e 17 minutos.

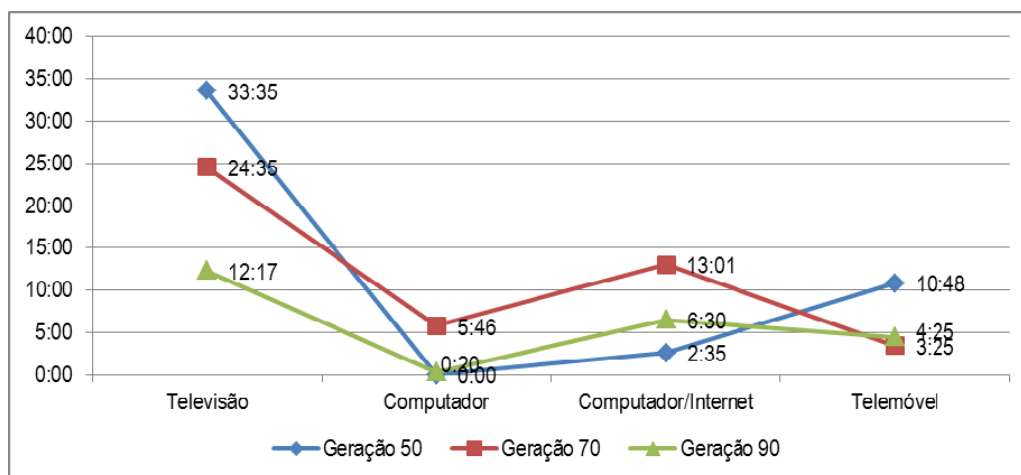


Gráfico 3 – Duração da utilização dos *media*, durante a semana (duração média em horas)

De referir que os *media* (televisão, computador, computador e internet e telemóvel) assumem uma importância elevada – se vista em termos de duração da utilização – para a geração intermédia (geração de 70). Exceção feita à utilização do telemóvel e à televisão (ainda que com uma utilização elevada), 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 tivemos oportunidade de referir, a geração de 90 poucas vezes indicou a utilização do telemóvel e quando o fez estava, este uso aparecia sempre associado a períodos de duração muito curtos (um total de 4 horas e 25 minutos). Tal poderá 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 vezes realizada pelos jovens com o telemóvel [ver, a este respeito, os estudo EU Kids Online (Livingstone & Haddon, 2009), Mediapro (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 América⁶]). O telemóvel aparece como sendo bastante utilizado pelos pertencentes à geração de 50, que justificam esse uso com base no argumento de que o telemóvel é uma “companhia” poder falar com familiares que estão longe).

⁶ http://digital_inclusion.up.pt/

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 vezes indicada como sendo utilizada em casa (151 vezes) e em outros locais (eventualmente públicos) (10 vezes). Aliás, o contexto casa é o que surge mais frequentemente referido como sendo aquele onde 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).

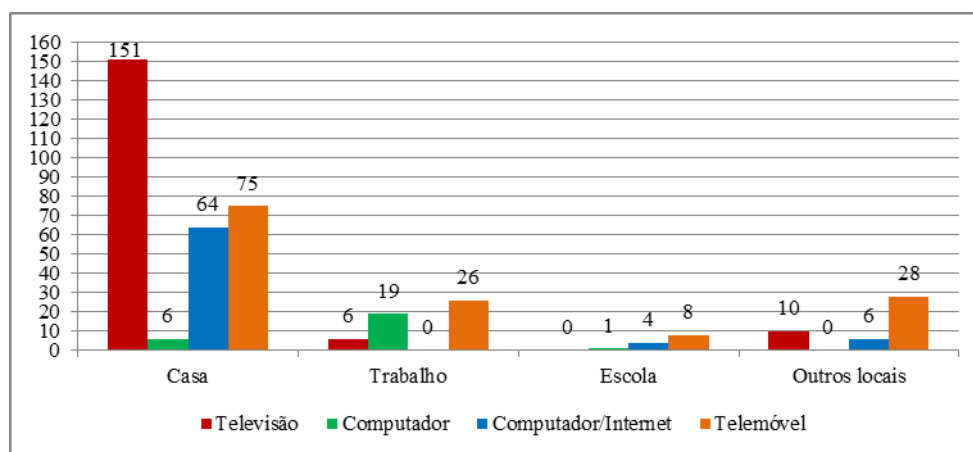


Gráfico 4 – Local de utilização dos *media* (número de vezes)

Estes resultados obtidos pela análise do preenchimento dos diários, durante um período quinzenal contínuo, permitem concluir que todos os *media* são objeto de utilização pelos indivíduos das três gerações estudadas. Trata-se, no entanto, de um uso algo diferenciado quando aos momentos e tempos de utilização e quanto às finalidades previstas no seu uso. Alguns ganham mais importância em determinadas alturas do dia (o telemóvel na geração de 70, durante a manhã e a tarde, por exemplo). De qualquer modo, apesar das diferenças, em caso algum os participantes afirmaram passar um dia sem utilizar estes *media*, evidência que permite consolidar a hipótese sobre a inclusão de todas estas gerações sob a designação de “gerações de ecrã”.

Conclusões

Das etapas de investigação já realizadas é possível retirar algumas conclusões, as quais são construídas numa confluência dialética entre a leitura e análise de outros estudos e quadros teóricos e os dados empíricos recolhidos. A primeira relaciona-se com a transparência dos ecrãs, com a naturalidade com que se estes 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 os seus utilizadores se apercebam da sua presença. Lembremos que esta naturalização dos usos é ocorrência relevante para o desenvolvimento e massificação de qualquer nova tecnologia. Tal como afirmava Weiser 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, 3).

Os *media* fazem parte do quotidiano dos indivíduos, seja nas suas atividades de trabalho ou escola, seja nas de lazer ou familiares. Não se consegue pensar num dia em que não seja consultado o *email*, atendida uma chamada, ou visionado um programa de televisão – por vezes, até se conjugam as três em simultâneo. Se podemos identificar nestes comportamentos algumas desvantagens, também devemos ter em consideração as finalidades que permitem concretizar, em vários domínios.

A apropriação diária de ecrãs, de acordo com a informação que extraímos dos *grupos de foco* e dos diários, é um processo que marca o quotidiano dos indivíduos pertencentes às três gerações. Não se trata de algo tão específico apenas de quem nasceu em 90 e é mais jovem como alguns autores afirmam (De Smedt & Geeroms, 2006; Teixeira-Botelho, 2011). De qualquer forma, as informações permitem inferir que há uma predisposição particular dos mais jovens para apreender, usar e compreender os *media*, nomeadamente, o telemóvel e o computador. Já para entre os indivíduos que nasceram nos anos cinquenta e setenta, observa-se ser maior a predisposição para usar de forma mais intensiva a televisão.

Viver no meio rural traz algumas vantagens reconhecidas por quase todos os participantes. De qualquer forma, enquanto os nascidos em noventa argumentam que isso ocorre porque podem ter neste espaço a possibilidade de estar mais tempo a brincar fora de casa, os indivíduos que nasceram em cinquenta e setenta tendem a enfatizar mais o facto de no espaço rural poderem desconectar-se mais facilmente ao fim do dia e fim de semana, dos tempos de obrigação e de trabalho. Ainda assim, importa atender ao facto de no conjunto, os inquiridos concordarem com a ideia de que o acesso aos *media* é desigual entre os meios mais urbanos e os meios mais rurais (nomeadamente, em termos de qualidade e de acesso à tecnologia, em simultâneo).

Como referido, a investigação tem agora uma terceira etapa que implica a aplicação de inquéritos por questionário a nível nacional, pelo que se pretende obter resultados que possam ajudar a testar e a enriquecer 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. (2011). Time: Labor and life in a smartphone era. *Time & Society*, 20(1), 119-136.
- Baptista, F. O. (2006). O Rural depois da Agricultura. In M. L. Fonseca (Ed.) *Desenvolvimento e Território: Espaços Rurais Pós-Agrícolas e Novos Lugares de Turismo e Lazer*. Lisboa: Centro de Estudos Geográficos.
- Bauman, Z. (2000). Time and Space Reunited. *Time & Society*, 9(2-3), 171-185.
- Bourdieu, P. (1984/2003). *Questões de Sociologia*. Lisboa: Fim de Século.
- Bryant, L., & Pini, B. (2011). *Gender and Rurality*. Nova Iorque: Routledge.
- Cardoso, G., & Espanha, R. (2012). *Sociedade em Rede. A Internet em Portugal 2012*. Lisboa: OberCom.

- Cardoso, G., Espanha, R., Cheta, R., & Araújo, V. (2009). *A Sociedade em Rede em Portugal 2008*. Lisboa: OberCom.
- Castells, M. (1996/2007). *A Era da Informação: Economia Sociedade e Cultura. A Sociedade em Rede (Vol. I)*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Castells, M., Fernández-Ardèvol, M., Qiu, J., & Sey, A. (2007). *Comunicação Móvel e Sociedade. Uma perspectiva global*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- CEE. (1988). *The Future of Rural Society. Commission communication transmitted to the Council and to the European Parliament*. Bruxelas: CEE Retrieved from <http://aei.pitt.edu/5214/>.
- 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. (2003). *Um rural para viver, outro para visitar: o ambiente nas estratégias de desenvolvimento para as áreas rurais*. (Doutoramento), Universidade de Aveiro. Disponível em <http://biblioteca.sinbad.ua.pt/DisQSws/get.aspx?filename=2009000062.pdf&catalog=Teses&type=pdf>
- Figueiredo, E. (2011). Introdução: Um rural cheio de futuros? In E. Figueiredo (Ed.) *O Rural Plural - olhar o presente, imaginar o futuro* (1ª ed) (13-46). Castro Verde: 100 Luz.
- Frau-Meigs, D. (2011). *Penser la société de l'écran. Dispositifs et usages*. Paris: Presses Sorbonne Nouvelle.
- GEPE. (2011). Educação em Números - Portugal 2011. In G. d. E. e. P. d. E. (GEPE) (Ed.), *Educação em Números*. Lisboa: Gabinete de Estatística e Planeamento da Educação (GEPE).
- 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. Recuperado de: 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. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/1822/1022>
- Harvey, D. (1990). *The Condition of Postmodernity. An Enquiry into the Origins of Cultural Changes*. Oxford: Blackwell.
- Hindman, D. (2000). The rural-urban digital divide. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 77 (3), 549-560.
- INE. (2010). *Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias 2010*. Lisboa.

- Jenkins, H. (2006/2008). *Cultura da Convergência*. São Paulo: Aleph.
- Livingstone, S., & Haddon, L. C. (2009). *EU Kids Online. Resultados Principais*. Londres: The London School of Economics and Political Science.
- Llamazares, J. (2005, Aug, 21 2005). *Turismo rural, El País*. Recuperado de: http://elpais.com/diario/2005/08/21/domingo/1124596357_850215.html
- Mannheim, K. (1990 [1952]). O Problema das Gerações. In K. Mannheim (Ed.), *Sociologia do Conhecimento*, Vol. II, 115-176. Porto: Rés.
- Markttest. (2010). *Bareme Internet 2010*. Lisboa: Markttest.
- Markttest. (2011). *Os Portugueses e as Redes Sociais Bareme Internet*. Lisboa: Markttest.
- McLuhan, M. (2008 [1964]). *Compreender os Meios de Comunicação - Extensões do Homem* (J. M. Silva, Trans.). Lisboa: Relógio D'Água.
- Pinto, M. (2000). *A televisão no quotidiano das crianças*. Porto: Edições Afrontamento.
- Pinto, M. (2005). A busca da comunicação na sociedade multi-ecrãs: perspectiva ecológica. *Comunicar* (25), 259-264.
- Rivoltella, P. C. (2010). La screen generation: media, culture e compiti dell'educazione. *Cittadini in Crescita*(2), 5-9.
- Salovaara, A., Lehmuskallio, A., FHedman, L., Valkonen, P., & Näsänen, J. (2010). Information technologies and transitions in the lives of 55-65-year-olds: The case of colliding life interests. *International Journal of Human-Computer Studies*, 68, 803-821.
- Setton, M. d. G. (2002). A teoria do habitus em Pierre Bourdieu: uma leitura contemporânea. *Revista Brasileira de Educação* (20), 60-70.
- Silverstone, R., Hirsch, E., & Morley, D. (1992). Tecnologías de la información y de la comunicación y la economía moral de la familia. In R. Silverstone & E. Hirsch (Eds.), *Los efectos de la nueva comunicación*, 39-57. Barcelona: Editorial Bosch.
- Stefanelli, M. (2009). *Media+Generations*. Milão: Università Cattolica del Sacro Cuore.
- Teixeira-Botelho, I. (2011). *Geração Extreme*. Lisboa: Edições Sílabo.
- Thompson, J. (1998). *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. Rio de Janeiro: Vozes.
- Turkle, S. (1997). *La vida en la pantalla. La construcción de la identidad en la era de Internet*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.
- Wacquant, L. (2007). Esclarecer o Habitus. *Educação & Linguagem*, 10(16), 63-71.
- 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. Recuperado de: <http://purl.umh.edu/19743>