

## **A ecrãcultura emergente nas vivências dos jovens portugueses: poderá falar-se de uma geração de ecrãs?**

### **The emergent screen culture in the Portuguese youngsters life experiences: can we speak of a screen generation?**

**Ana Melro\* , Lídia Oliveira da Silva\*\***

\*University of Aveiro, CETAC.MEDIA

\*\*University of Aveiro, CETAC.MEDIA

#### **Resumo**

O ritmo elevado da utilização das tecnologias e a apropriação dos *media* de forma transversal e ubíqua permitiram a propagação de vários termos que se generalizaram, uma vez que também se propagaram os *media* e as suas potencialidades. Este fenómeno contemporâneo desafia a comunidade científica a observar e a refletir no sentido de compreender os processos sociais e comunicacionais em curso.

A referência aos novos *media* quase não pode ser dissociada da geração que proporcionou a sua utilização massiva. Assim, neste artigo, reflete-se sobre a apropriação dos novos *media* e, conseqüentemente, de ecrãs por indivíduos com idades compreendidas entre os 21 e os 45 anos de idade, e a integração dos artefactos tecnológicos nos variados contextos onde passam o seu tempo: na escola, no espaço familiar e nos períodos de lazer.

Apresentam-se os resultados obtidos através da aplicação de um inquérito por questionário no ano letivo de 2011/2012 a 30 alunos do 3º ano da licenciatura em Novas Tecnologias da Comunicação, na unidade curricular de Cibercultura, da Universidade de Aveiro.

**Palavras-chave:** novos *media*; contextos de utilização dos novos *media*; geração de ecrã.

#### **Abstract**

The high pace of technology usage, and the ubiquitous and transversal appropriation of media, caused the widespread of several concepts. This contemporary phenomenon challenges the scientific community to observe and reflect about the ongoing social and communicational processes.

When referencing new media, one can hardly dissociate it from the generation that potentiated their massive use. Thus, this study focus on two main topics: the appropriation of new media and screens by individuals aged between 21 and 27 years old and the integration of technological artifacts in contexts where they spend their time: at school, in the family and in leisure activities.

We introduce the results obtained in a survey applied to 30 students of the New Communication Technologies graduation course, at the Cyber culture discipline, at University of Aveiro, in the school year of 2011/2012.

**Keywords:** new media; new media usage contexts; screen generation.

#### **Introdução**

Investigações no domínio da utilização dos novos *media* pela geração nascida nos anos 90 e, mais recentemente, na década de 2000, têm sido desenvolvidas internacionalmente (Carroll, Howard, Vetere,

Peck, & Murphy, 2001), sendo-lhes atribuídas várias designações, como *net generations* (Jones, Ramanau, Cross, & Healing, 2010), *digital generations* (Michael & Zhou, 2011), *urban screenagers*, *digital natives*, *e-generation* (Cardoso, Espanha, & Lapa, 2007), entre outros, o que transmite a ideia de grande à vontade na utilização dos novos *media*. Para além disso, vários estudos debruçam o seu interesse sobre o fosso digital existente entre os jovens e os restantes membros da família (Gentile & Walsh, 2002; Pereira & Silva, 2009; Tee, Brush, & Inkpen, 2009).

Considera-se, por isso, que a disseminação dos novos *media* foi acompanhada pelo surgimento de neologismos e conceitos associados aos seus utilizadores, no caso específico, aos utilizadores jovens. Em 2000, Drotner (2000) apelidava-os de *geração multimédia*; Rheingold (2002) designava-os de *Generation Txt*, pela troca constante de mensagens em formato de texto e Evers (2004) designa os mesmos indivíduos de *Generation C*, pela produção de conteúdo em avalanche, inserindo novo texto, imagens, áudio, vídeo numa base constante.

Buckingham (2006) fala da *net generation* e Twenge (2006), por sua vez, considera que os jovens americanos fazem parte da *Generation Me*, um conceito que define os jovens como procurando uma autossatisfação permanente, o "eu" é mais importante que tudo o resto. E no estudo desenvolvido por Radford e Connaway (2007), os autores propuseram a designação de *Urban Screenagers* para se referirem aos jovens, com idades compreendidas entre os 12 e os 18 anos. Simões e Gouveia (2008) utilizam o conceito de *Geração Net*. E esta lista de designações não para de aumentar, uma vez que esta é uma temática que suscita forte interesse na comunidade académica nacional e internacional.

Através da aplicação de um inquérito por questionário a 30 jovens universitários portugueses foi possível concluir que os ecrãs associados aos novos *media* são considerados como transparentes. As atividades para as quais é necessário recorrer aos novos *media* já se efetuam sem que se apercebam da sua presença, sendo, aliás, esta uma característica imprescindível para o desenvolvimento e massificação de qualquer nova tecnologia, como afirmava Weiser (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 crianças e jovens, seja nas suas atividades escolares, nas de lazer ou familiares. Ou seja, aliada à sua característica de transparência, surge a de transversalidade espacial, seja por opção, ou imposição, algo que poderá 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*.

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 o telemóvel e o computador vêm em primeiro lugar.

Desta forma, os objetivos que se pretendem explorar neste artigo são os seguintes:

- Analisar a utilização dos novos *media*/ecrãs pelos indivíduos nascidos nas gerações de 80/90.
- Conhecer as práticas de utilização dos novos *media*/ecrãs em contextos diferenciados – escolar, de lazer, familiar.
- Analisar a forma como se processam as relações sociais no presente, considerando a frequente utilização dos novos *media*.
- Compreender os índices de posse dos dispositivos e verificar como isso se reflete nas práticas/literacias dos indivíduos nascidos nas décadas de 1980/1990.

O artigo encontra-se organizado em três secções principais. Na primeira far-se-á uma análise à forma como a sociedade se encontra hoje organizada em torno de ecrãs, e como essa organização pressupõe um processo de apropriação dos novos *media* diferenciada do passado.

Na segunda parte aborda-se a forma como a geração nascida nas décadas de 1990/2000 tem encontrado, na comunidade académica, variadas designações dependendo da forma como faz uso dos novos *media*, os incorpora no seu quotidiano e vivencia o seu dia-a-dia diferentemente das restantes gerações muito devido à forma como utilizada tecnologia.

Na terceira secção apresenta-se a metodologia utilizada na investigação e os resultados obtidos através da aplicação de um inquérito por questionário a 30 jovens-adultos a frequentar o ensino superior português, mais especificamente, a licenciatura em Novas Tecnologias da Comunicação, da Universidade de Aveiro.

### **1. A ecrãcultura e a utilização de novos *media***

Atualmente, a forma como se investigam os novos *media* não pode ser desligada do estudo da utilização de ecrãs. Estes são o suporte privilegiado de contacto com os primeiros, e através dos quais o acesso à informação veiculada é feito (Pinto, 2005, p. 262). Exemplos de novos *media* acoplados a ecrãs são três dos mais utilizados (televisão, computador e telemóvel), mas também, *tablets*, *e-book readers*, leitores multimédia (música e/ou áudio), máquinas fotográficas e de filmar, GPS, telefones fixos, relógios, painéis públicos de publicidade digital. Aliás, se o objetivo for mesmo perceber o que pode ser considerado como ecrã, a lista não para de aumentar.

A definição de ecrã pode ser bastante ambígua. Por exemplo, famosos nas sociedades arcaicas orientais, os teatros de sombras eram uma forma de narrativas com imagens em movimento a duas dimensões, projetadas continuamente sobre um ecrã. Foi provavelmente das primeiras vezes que se utilizou uma tela para visualizar imagens e se viu a utilidade que teria para o teatro.

Datam do século XVIII as caixas óticas que serviam para espreitar “vistas”, gravuras de cidades ou de paisagens coloridas à mão. São designadas de “Admirável Mundo Novo”, por causa das imagens fantásticas a que davam acesso. Uma caixa é, por isso, um ecrã.

Mas há ainda outros exemplos, como uma câmara obscura onde era possível ver imagens; a utilização de um espelho e de luz para projetar imagens para uma tela, aqui a tela e o próprio espelho são ecrãs; e a parede utilizada para projeção de imagens é também um ecrã.

Lev Manovich (1995), na lógica da definição do que poderá ser considerado ecrã, atribui características ecrânicas ao monitor de um computador, mas a algo mais inédito como uma pintura ou uma peça de teatro, assim, o ecrã é a moldura que separa dois espaços diferentes que coexistem de algum modo (Manovich, 1995, p. 1). Esta será a definição de ecrã utilizada, sendo que aqui, ecrã surge sempre associado a um artefacto tecnológico (televisão, computador ou telemóvel). Para Manovich (1995), este ecrã não é neutro, antes ocupa uma posição agressiva, “It functions to filter, to screen out, to take over, rendering nonexistent whatever is outside the frame.” (Manovich, 1995, p. 2). Assim, e complementando esta ideia com a noção de ecrã de Nelson Zagalo (2010), aquele é a fronteira entre o dispositivo e o indivíduo que recebe o conteúdo transmitido (Zagalo, 2010, p. 35).

Numa análise das diferenças entre os vários ecrãs aqui em estudo, a perspetiva de Levinson (1998 [1997]) é um ponto de partida. Quando o autor aborda a questão dos ecrãs do século XX alerta para as diferenças de natureza deles, nomeadamente, entre o da televisão e do computador e, neste contexto, apresenta a necessidade de realizar uma taxonomia dos ecrãs (Levinson, 1998 [1997], 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, 1998 [1997], 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 um 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. Usa-se o computador para fazer chamadas telefónicas e 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.

A perspetiva de Murolo (2010) vai neste sentido de unificação dos ecrãs na convergência dos *media*. Mas mais do que isso, para o autor, o indivíduo está perante ecrãs novos, novos porque há uma ligação com a imagem e com linguagens, que permitem uma construção de sentido. Novas linguagens como a fotografia, a animação, o desenho, o audiovisual e o multimédia, que convergem nos ecrãs. Muitas vezes, esta confluência de linguagens com os ecrãs é um pouco conflituosa, na medida em que se tenta incorporar novos sentidos nos velhos suportes, quando os novos suportes (ou novos ecrãs) já exigem uma identidade específica (Murolo, 2010, p. 2).

Para Murolo (2010), as ferramentas virtuais são também um ecrã (por exemplo, o autor considera que o *YouTube* é um ecrã), no entanto, no âmbito da presente investigação, esse é apenas um dos muitos meios disponíveis de passar uma mensagem, uma plataforma virtual. O ecrã é sim o que permite que essa mensagem seja transmitida para o indivíduo, ou seja, o monitor do computador, da televisão ou do telemóvel, é algo mais físico e sensível e não tanto virtual. Diz Murolo (2010) que os novos ecrãs são, por isso, os das tecnologias e os das plataformas. Os primeiros referindo-se ao *hardware*, enquanto os segundos se referem a espaços de conceptualização, de narração do audiovisual para posterior circulação e decodificação (Murolo, 2010, pp. 3-4).

Estes ecrãs são omnipresentes, incluem-se (às vezes, imiscuem-se) nas práticas sociais dos indivíduos "de modo habitual, confuso y contradictorio." (Murolo, 2011, p. 41) e, talvez por essa razão, criam uma nova perceção sensorial, uma cosmovisão de ações possibilitadas pelo desenvolvimento tecnológico, como a proximidade física cada vez mais facultada pelos artefactos (Murolo, 2011, p. 42). Os novos *media* e os ecrãs a eles associados são invisíveis, e definem a vida dos indivíduos através dessa invisibilidade, sobretudo, quando deixam de pensar na sua presença e assumem uma omnipresença, excetuando-se quando surge algum problema que é necessário resolver e aí voltam a ser visíveis (Deuze, 2012, p. 111).

Adriana de Souza e Silva (2006) debruçou o seu estudo sobre a utilização das interfaces sociais (designadas de ecrãs no âmbito deste estudo) na intermediação das relações entre dois ou mais indivíduos,

ou seja, no contexto das relações sociais estabelecidas *online*. Para a autora, aquelas interfaces redefinem quer a comunicação, quer o espaço onde essas relações ocorrem (Silva, 2006, pp. 261-262). Nesta perspectiva não estão apenas em causa os ecrãs, mas, e sobretudo, os espaços, a convergência de espaços, que é algo que surge associado à utilização que se faz dos ecrãs, esta convergência e o surgimento de um novo espaço é designado pela autora como um espaço híbrido, onde o físico e o digital confluem, mas, mais do que isso, são espaços móveis, transportados pelos utilizadores de dispositivos portáteis, desde que conectados à internet e, conseqüentemente, a outros utilizadores (Silva, 2006, p. 262).

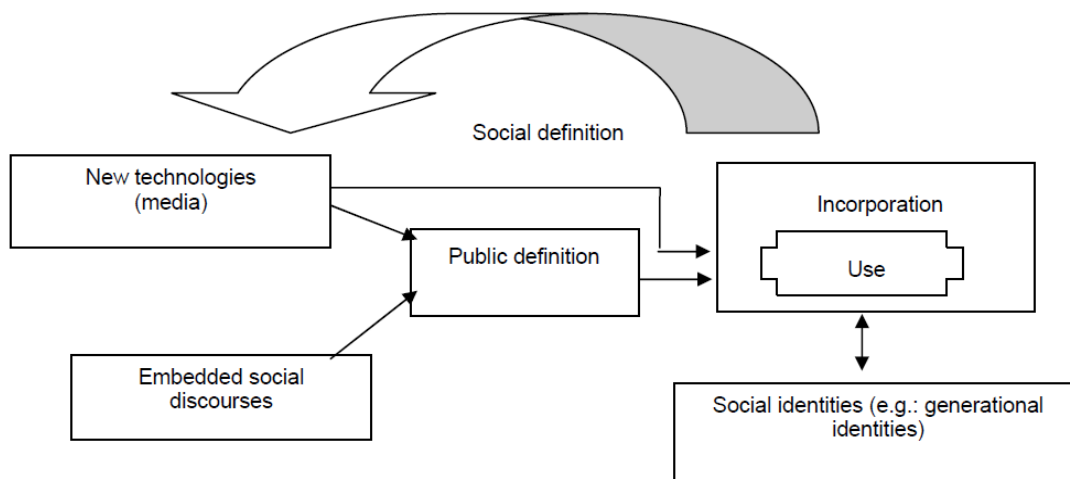
Os ecrãs são, por isso, e cada vez mais, um *medium*, uma forma ou um modo que se entrosa na realidade, no mundo, sendo este designado por Introna e Ilharco (2006) como um "screened world" (Introna & Ilharco, 2006, p. 58). O ecrã, para estes autores, não é tanto o que representa em si mesmo, mas mais o que transmite ao indivíduo, a mensagem que passa, o conteúdo que surge representado no ecrã, seja texto, imagens, cores, gráficos, entre outros (Introna & Ilharco, 2006, p. 62), assim, a relação do utilizador com os ecrãs está bastante focada no conteúdo e no contexto e não tanto no artefacto físico. Por essa razão, as expectativas colocadas nos ecrãs são muito contextuais, relacionadas com o seu lugar em determinado contexto, por exemplo, quando no cinema espera-se que transmitam vídeo e imagem; no computador, e com o *email* aberto espera-se que transmitam as mensagens em caixa. Os ecrãs capturam a atenção do indivíduo e seguram-na nos vários contextos sociais (trabalho, lazer, familiar), mas tornam, igualmente, evidente o lugar do indivíduo no mundo e mostram-lhe a forma de estar nesse mundo. Olha-se para os ecrãs, mas encontra-se o modo de estar no mundo (Introna & Ilharco, 2006, pp. 65-66).

Desta forma, é possível debater-se se esta é a sociedade do espetáculo ou da simulação, no entanto, já se torna mais complicado afastar a ideia de esta ser uma sociedade de ecrãs (Manovich, 1995, p. 1). Lipovetsky (2010) considera que esta sociedade é uma *ecranosfera*, vivendo um estado *ecrânico* generalizado, com ecrãs em qualquer lugar e tempo, seja nas lojas, aeroportos, restaurantes, bares, metro, carros e aviões, de várias dimensões, texturas (liso, grande, miniatura, móvel, tátil, gráfico, vídeo) e com diferentes potencialidades (informativos, de vigilância, lúdicos, de ambiente), impondo-se uma *ecranocracia* em que tudo é ecrã (Lipovetsky, 2010, pp. 10 e 21-22), numa nova *ecrãcultura*, onde a transparência é uma exigência para essa disseminação, envolvência e imersão (Zagalo, 2010, p. 51). Mas é também exigida uma sensualidade que promova uma relação de quase intimidade entre os ecrãs e os seus utilizadores, verificada com a propagação de cada vez mais ecrãs táteis em todo o lado e em todos os artefactos tecnológicos.

### 1.1. O processo de apropriação de novos *media*-ecrãs

Mas, então, como se incorpora uma nova tecnologia? Que caminho é percorrido até se chegar ao patamar do uso frequente e naturalizado? Aroldi e Colombo (2007) propõem o processo de definição social de uma nova tecnologia. Os autores sugerem uma forma de como é realizada a aproximação das gerações aos *media*, considerando de um lado a tecnologia propriamente dita, pertencente a determinada geração (aqui com o significado, atribuído pelos autores, da época em que surgiu a tecnologia) e, do outro, a representação e uso dessa tecnologia por determinadas gerações (Aroldi & Colombo, 2007, p. 40).

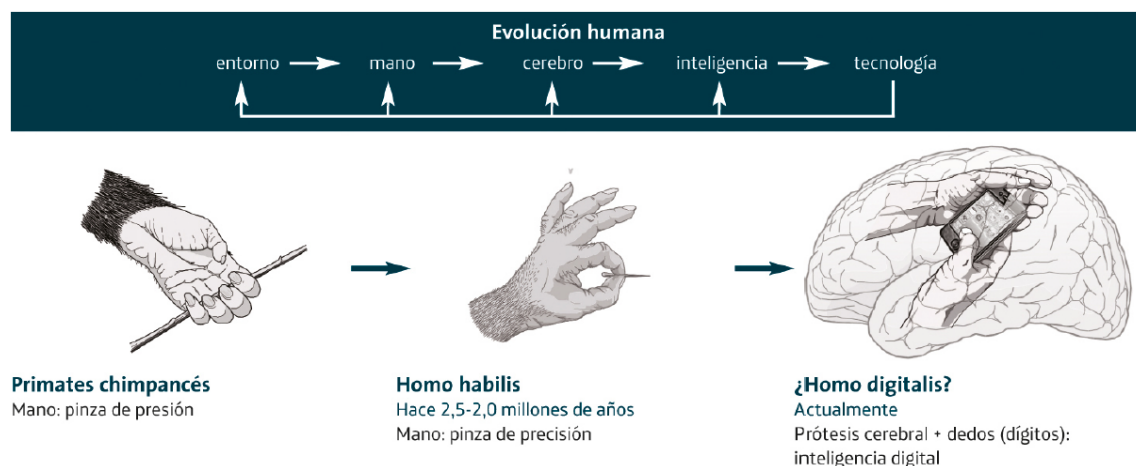
**Figura 1.** Processo de definição social de uma nova tecnologia de comunicação (ou *medium*)



Fonte: Aroldi e Colombo (2007, p. 40)

Para os autores, a incorporação ocorre em determinadas identidades sociais, como por exemplo, as geracionais; mas também se reflete nas tecnologias e nos discursos sociais, o que, de um modo global, se traduz numa nova definição social, uma vez que tem parte importante do processo de socialização, modificando até as suas estruturas e o seu valor simbólico (Aroldi & Colombo, 2007, p. 40). Aliás, um pouco nesta linha da incorporação dos novos *media* no processo de socialização, Sáez Vacas (2011) propõe um modelo da evolução humana ao longo dos tempos, tendo em consideração o "sistema-inteligência". Para o autor, a evolução faz-se atravessando determinadas ferramentas: o ambiente, a mão, o cérebro, a inteligência e, por último, a tecnologia, que, por sua vez, usufrui de todas as ferramentas anteriores. Passa-se, assim, do estado primata, ao *Homo habilis*, encontrando-se, atualmente, o indivíduo no estado *Homo digitalis* (Sáez Vacas, 2011, p. 8).

Figura 2. Evolução humana



Fonte: Sáez Vacas (2011, p. 8)

Na mesma linha de pensamento de Sáez Vacas (2011), Ilharco (2007), na teoria que formula, considera que o indivíduo foi aprendendo, naturalmente, a saber-estar no mundo, o que, conseqüentemente, o prepara para saber-como utilizar as tecnologias que vai encontrando, sejam elas telemóveis, computadores, televisões, automóveis ou outros. Assim, o utilizador vai compreendendo os *media*, e ao compreender o telemóvel, por exemplo, sabe também o que significa e como se fazem telefonemas móveis. Aliás, refere o autor, que todos estes artefactos são coisas tidas antes de serem coisas cognoscíveis (Ilharco, 2007, p. 62). Ainda para Ilharco (2007), e seguindo o pensamento de Heidegger (1977), nesta natural apreensão e apropriação dos novos *media*, os indivíduos mostram-se como fazendo parte de um processo ordeiro eficiente, o designado *Ge-stell* (ou "*Enframing*") (Heidegger, 1977, p. 19). Com o número crescente de tecnologia a integrar-se no quotidiano dos indivíduos, surge o *Ge-stell*, "emuldura-se o emuldorado", como um quadro dentro de outro quadro (Ilharco, 2007, p. 66). A moldura mais abrangente da vida dos utilizadores surge re-emoldurada nos artefactos, com a internet a ocupar uma importância crescente. A utilização dos novos *media* pelas gerações, no entanto, não é realizada de igual forma, apesar de todas as gerações os utilizarem, dando mais relevância ao telemóvel ou ao computador ou à televisão, mas a tecnologia não se assume como ausente no quotidiano dos indivíduos. Esta utilização é experienciada, então, de forma diferenciada, não apenas de acordo com a idade ou década de nascimento, mas também devido a outras variáveis, como a classe social de pertença, o sexo e, sobretudo, pelas circunstâncias de acesso ((in)existência de centros de acesso à internet, bibliotecas, videotecas, entre outros).



Num estudo realizado por Livingstone e Helsper (2007) com crianças e jovens, com idades compreendidas entre os 9 e os 19 anos, residentes no Reino Unido, o que as autoras concluíram através de um inquérito nacional, foi que é mais provável encontrar não-utilizadores no grupo dos mais velhos e no dos mais novos, ou seja, nos grupos pertencentes a idades limite (9-10 anos ou 18-19 anos), e, para além disso, essa não-utilização é ainda mais frequente em famílias mais pobres. Finalmente, e a juntar às diferenças de acesso à internet devido à idade e ao estatuto socioeconómico das famílias, surge o sexo. As investigadoras descobriram que os rapazes conseguem aceder mais facilmente e em mais locais à internet do que as raparigas (Livingstone & Helsper, 2007, p. 6) e, eventualmente, esta facilidade de acesso reflete-se também na utilização do computador e não apenas da internet.

As autoras dividiram os não-utilizadores em três categorias: os desistentes voluntários, os que escolhem não utilizar e os utilizadores marginais. Os indivíduos da faixa etária 12-15 anos facilmente se incluem em todas estas categorias, no entanto, os que têm entre 16-17 anos de idade são mais os que escolhem deixar de utilizar. Os mais velhos (18-19 anos) a maioria são desistentes involuntários, muitas vezes porque perderam o acesso em casa (Livingstone & Helsper, 2007, p. 7).

Apesar da investigação não ter sido realizada com adultos, outros inquéritos de âmbito nacional foram analisados que privilegiavam este grupo, nomeadamente, o Ofcom<sup>1</sup> e o OxIS<sup>2</sup>. De acordo com o primeiro, as principais razões enunciadas pelos adultos para a não utilização da internet está relacionada com a falta de interesse para o fazer e os custos que lhe estão associados. O segundo inquérito acrescentou a estes motivos a falta de competências e algum medo para a utilização de tecnologias (Livingstone & Helsper, 2007, p. 8).

No que diz respeito à utilização de outros *media*, que não apenas a internet, Livingstone e Helsper (2007) propõem duas formas de analisar esse uso, uma considerando a quantidade de utilização (não-utilizadores, utilizadores ocasionais, semanais e diários) e a outra baseada no alcance da utilização (gama de oportunidades aproveitadas). As autoras concluíram que estas duas variáveis estão fortemente relacionadas, o que conduz a que proponham a teoria da inclusão contínua em oposição ao amplamente discutido fosso ou divisão digital (Livingstone & Helsper, 2007, p. 9).

Outros motivos para a utilização dos *media* pelas crianças e jovens entre os 9 e os 19 anos, são as diferenças de desenvolvimento, por exemplo, os jovens mais velhos tendem a afastar-se da televisão, bem como do tempo passado *online*, talvez porque, sugerem as autoras, dão mais preferência aos contactos presenciais. No entanto, a utilização do telemóvel, eventualmente para agilizar a marcação de encontros com os pares, aumenta conforme a idade. Mas há outros motivos como o aproveitar das oportunidades, as atividades para as quais se usam os *media*, o nível de conhecimentos, entre outros (Livingstone & Helsper,

<sup>1</sup> <http://www.ofcom.org.uk/>, consultado a 01 de março de 2013.

<sup>2</sup> <http://microsites.oii.ox.ac.uk/oxis/>, consultado a 01 de março de 2013.

2007, pp. 10-12). A variável “nível de conhecimentos” ou “à vontade” com a tecnologia” é, aliás, analisada por Crumlish e Malone (2009), que se afastam da perspectiva de *continuum* que Livingstone & Helsper (2007) pretendem desenvolver. Para os primeiros autores, o à vontade com as tecnologias é fortemente geracional, afirmam

*These folks have grown up with technology and expect it to help facilitate and mediate all their interactions with friends, colleagues, teachers, and coworkers. They move seamlessly from computer to their mobile device or phone and back, and they want the tools to move with them. They work with technology, they play in technology, they breathe this technology, and it is virtually invisible to them.* (Crumlish & Malone, 2009, p. 7).

Em Portugal, a investigação *Portugal Móvel* (Cardoso, Araújo, Gomes, & Espanha, 2007) dá conta de informação que vai também no sentido de divisão digital entre indivíduos de diferentes idades e níveis de instrução. Aliás, a relação entre idade e posse de telemóvel é, segundo os autores, negativa. Os escalões etários que mais adquirem e utilizam o telemóvel são os que estão entre os 25-44 anos e 45-64 anos (66% no total), ficando os indivíduos com idades iguais ou superiores a 65 anos com a menor percentagem (45% do total), dados de 2006 (Cardoso, Gomes, *et al.*, 2007, pp. 24-25). Dados de 2010, embora não contrariem totalmente esta informação, indicam que as faixas etárias que mais possuem o telemóvel são as que estão entre os 15-24 anos (98,5%) e, a já referida anteriormente, dos 25-34 anos (97,5%). Porém, os indivíduos que têm 65 ou mais anos continuam a deter a menor percentagem (59%), embora esta tenha aumentado de 2006 para 2010 (Cardoso *et al.*, 2012, p. 14).

## 2. Conceito de geração

Geração compreende aqui não apenas fatores quantitativos, como a idade ou a década de nascimento, mas também qualitativos, como o sentimento de pertença e a partilha de valores comuns entre membros da mesma geração ou o seu contraste (Mannheim, 1990 [1952], p. 132-136). Como refere Scott (2010), “Geração [...] é mais que idade, por suas implicações como relações sociais. Opera simultaneamente hierarquizando por diferenças de gerações, e solidarizando vertical e horizontalmente, em torno de relações de imagens de pertencimento familiar em constante negociação.” (Scott, 2010, p. 252). O conceito tem, como se viu, características multidimensionais, onde coexistem traços biográficos, históricos e culturais e onde a pertença de idade está, não raras vezes, relacionada com experiências específicas, hábitos de consumo peculiares e ocupação de determinadas posições familiares (Aroldi, 2011, p. 53).

Posto isto, será realizada uma breve abordagem aos conceitos geracionais associados aos *media* (por exemplo, *e-generation* (Cardoso *et al.*, 2007), *geração digital* (Ponte, 2011), *geração net* (Barnes, Marateo,

& Ferris, 2007; Simões & Gouveia, 2008), entre outros (Moura, 2009; Rivoltella, 2010a; Teixeira-Botelho, 2011)) e à opção desta investigação pelo conceito de *gerações de ecrã*.

É importante distinguir na noção de geração aqueles que vivem no mesmo momento (contemporâneos), dos que têm a mesma idade (*coevals*), como defendem Eyerman e Turner (1998, p. 93). Aliás, para estes autores, o conceito de geração está ainda em construção, na medida em que incorpora demasiados âmbitos e abarca muitas variáveis vivenciais. Se, para a análise das gerações, se tomar como perspetiva aspetos culturais, observa-se que Eyerman e Turner (1998) deram um importante contributo neste sentido, ao proporem como fundamental a “memória colectiva” para compreender os indivíduos pertencentes a determinada geração. Ou seja, quando estando integradas numa geração ou *cohorte*, as pessoas agem em coletividade, têm comportamentos homogéneos e são independentes das restantes gerações, partilham *habitus*, disposições e cultura (Eyerman & Turner, 1998, p. 93).

Corsten (1999) continua na mesma direção dos autores referidos anteriormente: os indivíduos pertencentes a uma geração partilham signos e linguagens coletivas, são as designadas “semânticas históricas”. Os grupos localizam-se socialmente, sobretudo através das experiências sociais que vão vivendo, e dos discursos que criam, permitindo estabelecer fronteiras com outras *cohortes*. Mais uma vez, a perspetiva do confronto é importante para que se compreendam as fronteiras existentes entre as diferentes gerações, apenas na interação entre elas é possível encontrar-se o seu limite, sendo, por isso, um processo construtivo (Corsten, 1999, pp. 261-262).

Riley (1986) privilegia critérios sociais na explicação das questões etárias e das transformações dos indivíduos, desde a infância até à “terceira idade”. Aliás, o desenvolvimento do indivíduo é, todo ele, uma construção social, delimitada por estágios etários, culturalmente construídos e definidos, nos quais os indivíduos vão assumindo posições sociais distintas, de acordo com as suas capacidades. A autora considera ainda que a mudança social é fundamental para que ocorram as gerações, não as enquadra no sentido extremo de se explicarem isoladamente, mas mais como orientadoras do processo (Riley, 1986).

Para Fortes (1984), o conceito de geração encontra-se intimamente relacionado com os de família, escola e Estado. Propõe uma conceptualização em torno dos sistemas de linhagem e das genealogias familiares. Segundo o autor, as gerações existem dentro do núcleo familiar (pais e filhos) e modelam-se na sua sucessão sendo, por isso, a reprodução uma condição imprescindível para que aconteça a substituição familiar, social e cultural, e, conseqüentemente, para que existam gerações.

Fortes (1984) faz ainda referência aos sistemas educativos, uma vez que também estes se encontram definidos e delimitados por via de escalões etários, logo geracionais. E, por último, considera que a noção de Estado da modernidade modela os grupos etários e, por isso, as gerações. Toda a legislação produzida,

a atribuição de direitos e deveres aos diversos estágios cronológicos modelam a definição de cidadania, assim como a de geração e dos seus membros (Fortes, 1984, pp. 101 e 109-115).

Nos últimos anos, os estudos geracionais têm focado o seu interesse, sobretudo, em dois grupos: a infância/juventude e a "terceira idade", por razões diversas, – que aqui não se conseguirá enumerar na totalidade – as práticas dos primeiros (tecnológicas, de isolamento, escolares...) e a forma de viver dos segundos (também o isolamento, mas, neste caso, forçado; a pobreza; o aumento da sua esperança de vida...), mas fica uma lacuna em relação à geração intermédia, a designada idade adulta. Domingues (2002) apresenta uma explicação para este facto,

*[...] são essas exactamente as faixas em que a entrada no mercado de trabalho ainda não se realizou [infância/juventude] ou então que o êxito dele já teve lugar ["terceira idade"]. O cidadão trabalhador colocado no mercado de trabalho e pai de família bem como a dona de casa casada e com filhos – ou seja, adultos jovens ou de meia-idade – não apresentavam problemas que merecessem ser estudados com foco particular.* (Domingues, 2002, p. 86).

É também este fosso que se pretende diminuir no presente estudo, compreender a forma como as três gerações se relacionam e interagem entre si e com a utilização dos *media*, e como o fazem isoladamente. Neste sentido, são importantes as teorias de Gadamer (1960, pp. 307-12 *cit. in* Domingues, 2002, p. 78) e Mannheim (1952, p. 121). O primeiro incorpora a noção de "fusão de horizontes" para explicar a relação existente entre os diferentes grupos etários de indivíduos e a compreensão que fazem das experiências sociais, tendo como referência experiências passadas e históricas suas e das outras gerações, "não somente coexistem a partir de estágios biológicos distintos mas também a partir de experiências e identidades diferenciadas" (Domingues, 2002, p. 78), o que Mannheim designa de "não simultaneidade do simultâneo" (1952).

Assim, para a definição de gerações podem ser utilizadas várias dimensões, como já referido, dependendo dos autores, das teorias, da área de estudos dominante: familiar, biológica, social, cultural, legal e normativa, o contraste com outras gerações, as identidades que se formam. Para a investigação interessou, sobretudo, a apropriação do âmbito familiar nuclear (e as suas ramificações descendentes – avós, pais e filhos); das *cohortes*, porque se pretendia abordar a utilização de diferentes *media* por indivíduos nascidos em momentos próximos; e a forma como esses indivíduos experienciam e conseguiram descrever a utilização dos *media* ao longo dos anos.

Já se apresentou a definição do conceito, no entanto, para contextualizar, considera-se que a sua apropriação é realizada utilizando particularidades micro e macrossociais, ou seja, o nível familiar, incluindo a posição de cada uma das pessoas numa linhagem (micro) (Bengtson & Achebaum, 1993 *cit. in* Walker & Fong, 2010, p. 425)), e a idade ou os seus anos de nascimento (macro), ou seja, as especificidades

microsociais atribuídas às relações familiares são cruzadas com as relações intergeracionais macrossociais (Walker & Fong, 2010, p. 426). O conceito de geração tem sido aplicado com alguma frequência em investigação como forma de caracterizar um grupo específico e a sua familiaridade com os *media* (Bailey & Ngwenyamab, 2010; Cardoso *et al.*, 2007; Jones *et al.*, 2010).

### 2.1. Geração de ecrã

O ritmo exponencial da utilização das tecnologias propiciado, sobretudo, pela internet na década de 90 e a apropriação dos *media* de forma transversal e ubíqua permitiram a propagação de vários termos que se generalizaram, uma vez que também se propagaram os *media* e as suas potencialidades. Este fenómeno contemporâneo desafiou a comunidade científica a observar e a refletir no sentido de compreender os processos sociais e comunicacionais em curso, que culminou com a proposta de vários conceitos que, por vezes, surgem associados quer à tecnologia em si, mas também à geração e outras variáveis, como a geográfica.

Mencionando alguns dos conceitos, José Machado Pais (1997) propõe o conceito de *geração yô-yô*, em alusão ao brinquedo popular. Para o autor, a lógica fundamental desta geração é a experimentação em todos os campos da vida. No fundo, este conceito tenta caracterizar os trajetos de vida dos jovens, sobretudo, os mais desfavorecidos (Pais, 1997). Mais tarde, a revista do jornal Expresso, do dia 6 de fevereiro de 1999 (n.º 1371), apelida os jovens de *geração internet*.

Em 2000, Drotner (2000) apelidava os jovens de *geração multimédia*, devido à sua inovação na utilização dos *media* e ao seu uso intenso, não aceitando o conceito de *geração digital*, e propondo o de *geração multimédia*. E, também no início da década, em 2001, Feixa (2001) introduz o conceito de *geração @*, que pretendia expressar tendências no mundo tecnológico, o acesso universal às tecnologias de informação e comunicação; a eliminação das fronteiras entre os sexos; e, as novas formas de exclusão social potenciadas pela globalização cultural (Feixa, 2011, p. 212).

Rheingold (2002) apelida os jovens de *Generation Txt*, pela troca constante de mensagens em formato de texto (Rheingold, 2002, p. 20) e Manovich (2002) propõe o conceito de *Generation Flash*, que caracteriza os jovens que criam o seu próprio *software*, que serve para criar o seu próprio sistema cultural, considerado, pelo autor, um novo tipo de arte, que rompe com os parâmetros da arte comercial e global (Manovich, 2002). Ainda nesta conceção de produção de conteúdo, Evers (2004) designa os mesmos indivíduos de *Generation C*, pela produção de conteúdo em avalanche, inserindo novo texto, imagens, áudio, vídeo numa base constante (Evers, 2004), refere o autor que "Instead of asking consumers to watch,

to listen, to play, to passively consume, the race is on to get them to create, to produce, and to participate.” (Evers, 2004)<sup>3</sup>.

Buckingham (2006) e Tapscott (2009) falam da *net generation* e 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 autossatisfação permanente, o “eu” é mais importante que tudo o resto (Twenge, 2006). Giuseppe Granieri (2006) propõe o conceito de *Geração blogue* para se referir aos indivíduos que têm participação ativa na blogosfera, em oposição aos que não têm acesso a ela (Granieri, 2006).

O conceito de *e-generation* (Cardoso *et al.*, 2007) é ainda outro dos atribuídos à geração das crianças e jovens, ou seja, nascidos nas décadas de 90 e 2000. E no estudo desenvolvido por Radford e Connaway (2007), os autores propuseram a designação de *Urban Screenagers* para se referirem aos jovens, com idades compreendidas entre os 12 e os 18 anos (Radford & Connaway, 2007). Simões e Gouveia (2008) utilizam o conceito de *Geração Net*. De acordo com os autores, “Os estudantes que pertencem à *Geração Net* têm sido expostos às tecnologias digitais em praticamente todas as facetas das suas vidas, o que influenciou a forma como estabelecem relações interpessoais” (Simões & Gouveia, 2008, p. 4).

Moura (2009) desenvolve uma investigação que designa de projeto *Geração Móvel*<sup>4</sup>, tendo como referência o conceito *geração polegar* já anteriormente utilizado por Howard Rheingold (Moura, 2009, p. 59) “Cada vez mais esta geração polegar envia conteúdos e informações utilizando *SMS*, *MMS* e *Bluetooth* de forma instantânea. Com o *Gameboy*, a *PSP* e o telemóvel, a geração, até aos 25 anos, passou a usar mais o polegar em vez do indicador, motivando novos comportamentos, como passar a apertar as campainhas com o polegar” (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*. “Se os miúdos da geração anterior brincavam na rua, os da geração actual gostam de brincar em casa em frente a um computador e falam uns com os outros através de *MSN* e *SMS*.” (Moura, 2009, p. 60).

À semelhança de Drotner (2000), Cardoso (Cardoso, 2009) considera que a geração dos indivíduos que nasceram nos anos 80 e posteriormente são a *geração multimédia e informacional*, tendo em consideração a sua relação com uma multiplicidade de ecrãs – televisão, computador, telemóvel, *iPod* ou consola portátil – e a sua articulação no seu modo de vida. Para além disso, a multitarefa é uma característica desta geração (Cardoso, 2009, pp. 178-179).

<sup>3</sup> [http://www.trendwatching.com/trends/generation\\_c.htm](http://www.trendwatching.com/trends/generation_c.htm), consultado a 03 de fevereiro de 2013.

<sup>4</sup> <http://geramovel.wirenode.mobi/>, consultado a 03 de fevereiro de 2013.

Henry Jenkins fala da *Geração Transmedia*<sup>5</sup>, afastando-se dos conceitos de *Geração Digital*, *Generation.com*, ou até *Nativos Digitais*. Para o autor estamos perante uma geração que relaciona informação de vários canais de comunicação, a palavra transmedia significa, por isso, através de vários meios. Uma geração com maior controlo sobre os meios de informação, que cria *blogs*, que partilha conteúdos nas redes sociais e que, ainda assim, vai continuar a precisar dos meios de comunicação tradicionais. Uma geração mais participativa, que comunica em rede e que se mobiliza politicamente<sup>6</sup>. Mais próxima deste estudo 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*.

Teixeira-Botelho (2011) considera que os nascidos entre a década de 90 e 2000 são a *Geração Extreme*, devido ao uso extremo do telemóvel, proporcionado pelas tarifas disponíveis (*Tag*, *Extravaganza*, *Extreme* e *Moche*), que lhes permitem enviar mensagens, falar e navegar na internet com uma mensalidade bastante acessível (Teixeira-Botelho, 2011). 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).

E, se para Prensky, deixou de fazer sentido existir uma distinção entre nativos e imigrantes digitais (Prensky, 2001a, 2001b), para se falar de sabedoria digital (*digital wisdom*), através da qual se utiliza a tecnologia de forma sensata, apropriando-se de conhecimentos adequados para que essa utilização seja o mais proveitosa possível (Prensky, 2009), para White e Cornu (2011) o estabelecimento de duas categorias/gerações de utilizadores (*visitors* e *residents*) continua a ser adequado, na medida em que há diferenças na forma como cada um vê e assimila a internet, os visitantes consideram-na como um barracão onde guardam as ferramentas para tratar do jardim, quando precisam de fazer alguma ação, vão ao barracão e procuram a melhor ferramenta para o efeito, enquanto os residentes a percebem como um prédio ou parque onde podem facilmente encontrar os seus amigos ou colegas de trabalho (White & Cornu, 2011). É a visão utilitarista oposta à visão social da utilização da internet e, consequentemente, dos *media*. Lipovetsky (2011) defende, no seu livro *Os Tempos Hipermodernos*, a existência de uma *Geração sem Idade*, onde tudo é efémero (a moda, a beleza, a juventude), e nesta categoria de efemeridade pode incluir-se também a tecnologia, tudo muda, assume novos contornos, deixa de estar vincado a uma idade pré-determinada. Mas há ainda designações como *Generation Y* (Dagnaud, 2011; Rollot, 2012), assim nomeada por ser considerada como a geração dos avanços tecnológicos e da internet.

<sup>5</sup> [http://henryjenkins.org/2010/03/transmedia\\_generation.html](http://henryjenkins.org/2010/03/transmedia_generation.html), consultado a 31 de janeiro de 2013.

<sup>6</sup> <http://vimeo.com/43114722>, consultado a 31 de janeiro de 2013.

Também utilizada para designar uma conferência, surge o conceito de *Connected Generation*<sup>7</sup>. A conferência decorreu em Bruxelas, organizada pelo *European Institute for Industrial Leadership*, em 2012, e tinha como objetivo explorar os impactos laborais que as gerações atuais e futuras irão vivenciar, tendo em consideração a utilização dos novos *media*.

Finalmente, Deuze (2012) menciona a *Martini generation*, fazendo referência a um anúncio publicitário da televisão dos anos 70 da bebida Martini, cujo slogan era "capture a moment – that Martini moment – anytime, anyplace, anywhere [...]" (Deuze, 2012, p. 79) e que o autor considerava que se aplicava à geração mais jovem.

Investigações no domínio das gerações e da sua relação com os *media*, têm sido desenvolvidas internacionalmente, de forma bastante diversificada, ou dando ênfase a faixas etárias mais velhas, como os seniores, ou mais novas, como as crianças e jovens (Carroll *et al.*, 2001), sendo atribuídas a estes várias designações: *net generations* (Jones *et al.*, 2010), *digital generations* (Michael & Zhou, 2011), *urban screenagers*, *digital natives*, *e-generation* (Cardoso *et al.*, 2007), entre outros, o que transmite a ideia de grande à vontade na utilização dos novos *media*, e isso ocorre quer nos estejamos a referir a indivíduos residentes no meio rural ou urbano. Para além disso, vários estudos debruçam o seu interesse sobre o fosso digital existente entre os jovens e os restantes membros da família (Gentile & Walsh, 2002; Pereira & Silva, 2009; Tee *et al.*, 2009).

Para Pinto (2005), Lipovetsky (2010), Rivoltella (2010b) e Frau-Meigs (2011) vivemos numa sociedade de ecrã(s), somos indivíduos de ecrã(s). Outros autores (Ponte, 2011; Rivoltella, 2010a; Simões & Gouveia, 2008) defendem ainda que a utilização massiva dos diferentes *media* é característica de determinada geração. Mas esse uso de ecrãs não ocorre apenas quando os indivíduos se encontram em determinado contexto, por exemplo, o computador no trabalho, ou a televisão no espaço familiar, apresenta-se antes transversal a todos os contextos, como nos indicam Agger (2011) no seu estudo sobre o uso do *smartphone* e a forma como se transporta o trabalho para todo o lado através do dispositivo móvel; Thompson (1998) relativamente às interações sociais que estabelecemos em contexto informal, de lazer; e Frau-Meigs (2011) no que diz respeito ao papel dos diferentes *media* no espaço familiar.

Considera-se a proposta de uma outra designação que supere os diferentes conceitos (*geração móvel*, *hippie*, *bit...*) que foram apresentados, de modo a uniformizar as atividades dos indivíduos pertencentes às gerações tendo como ponto de convergência o ecrã – gerações de ecrã. A forma como se utilizam os *media*, tendo como intermediário ecrã(s), obriga a que este(s) assumam um caráter epidérmico, mas sistémico, construindo-se com ele(s) uma relação de intimidade, de sedução e de segunda pele, ainda que a utilização

<sup>7</sup> <http://cg2012.weebly.com/>, consultado a 31 de janeiro de 2013.



se configure de forma dissemelhante entre as diferentes gerações e os *media* em questão (computador, telemóvel e televisão), está transversalmente presente.

### 3. Metodologia

Numa fase inicial da aplicação do inquérito por questionário da tese de doutoramento "Gerações de ecrã em meio rural", desenvolvida na Universidade de Aveiro, foi solicitado, no ano letivo de 2011/2012, aos alunos das duas turmas da Unidade Curricular (UC) Cibercultura, do 3º ano da licenciatura em Novas Tecnologias da Comunicação, daquela Universidade, o preenchimento do inquérito (num total de 30 respostas). Os objetivos deste instrumento eram, nesta altura, o teste do inquérito para a sua aplicação ao território nacional mas, e mais pertinente para o presente artigo, compreender de que forma utilizavam os alunos do ensino universitário os novos *media*, dando especial destaque à televisão, ao computador, internet e ao telemóvel.

O inquérito foi aplicado durante o período letivo, no decorrer da UC, em duas turmas, em dois turnos diferentes. Foi explicado aos alunos qual o objetivo geral da investigação, o qual promoveu uma séria reflexão em torno do instrumento de recolha de dados e do seu preenchimento com a maior seriedade e sinceridade.

Nas tabelas apresentadas no subcapítulo seguinte, e de modo a facilitar a sua leitura, a cor laranja encontram-se os valores mais relevantes.

#### 3.1. Resultados

Como referido, foram inquiridas duas turmas do 3º ano de licenciatura, cada turma tinha 15 alunos. Dos 30 alunos, 56,7% eram do sexo masculino e 43,3% do feminino. Relativamente aos escalões etários, a maioria dos respondentes (83,3%) concentra-se na faixa dos 21 aos 25 anos, seguido dos indivíduos com 41 a 45 anos (6,7%) e dos 26 aos 30 anos, 31 aos 35 anos e 36 aos 40 anos todos os intervalos com 3,3%. A média das idades é de 24,73, com desvio padrão de 6,496, sendo a idade mínima 21 anos e a máxima 45. Relativamente à posse de *media* e ao local de utilização, na tabela 1 é possível verificar-se que há dispositivos portáteis que a maior parte dos inquiridos referem trazer sempre consigo, como sejam o telemóvel, *smartphone*, o computador portátil, a internet (através de *pen* específica para o efeito), a máquina fotográfica e o leitor de mp3/mp4.

Para além disso, em casa, o local onde mais se usufrui de quase todos os outros *media* é na sala (televisão, TV cabo/satélite, leitor de DVD e telefone fixo), talvez por se tratar de dispositivos que habitualmente se utilizam em conjunto com outros membros da família.

O quarto é o terceiro local mais mencionado como de utilização mais frequente dos *media*.

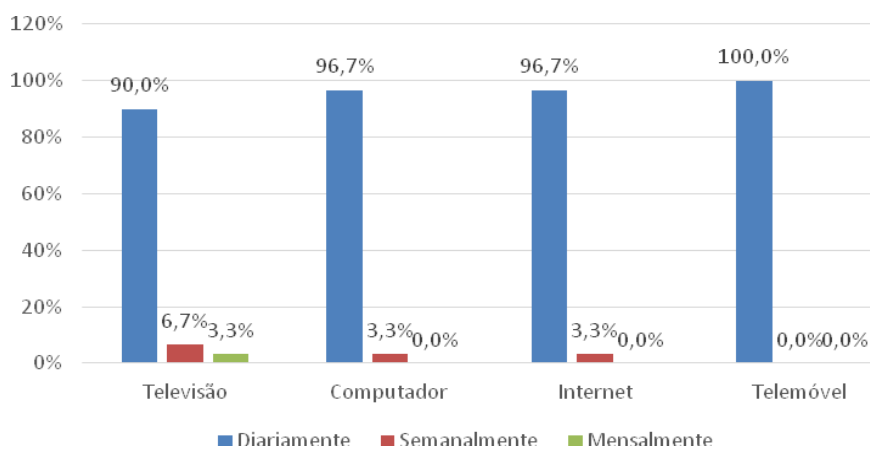
**Tabela 1.** Local de utilização dos novos *media* (%)

Media	Local				
	Casa				Sempre comigo
	Quarto	Escritório	Sala	Cozinha	
Televisão	60,0	10,0	90,0	60,0	0,0
TV Cabo/Satélite	46,7	6,7	70,0	26,7	0,0
Leitor DVD	33,3	6,7	53,3	3,3	0,0
Rádio	46,7	16,7	33,3	16,7	0,0
Telemóvel	0,0	0,0	0,0	0,0	93,3
<i>Smartphone</i>	0,0	0,0	0,0	0,0	40,0
Telefone fixo	3,3	26,7	33,3	16,7	0,0
Computador fixo	20,0	50,0	13,3	0,0	0,0
Computador portátil	20,0	6,7	6,7	0,0	80,0
Internet	26,7	6,7	23,3	16,7	53,3
Consola de jogos	20,0	3,3	20,0	0,0	0,0
Máquina fotográfica	23,3	13,3	6,7	0,0	53,3
Leitor MP3/MP4	13,3	6,7	6,7	0,0	50,0

Fonte: Elaboração das autoras

Em relação à frequência de utilização dos *media*, através do gráfico 1 verifica-se que todos os que aqui se encontram em estudo mais aprofundado – televisão, computador, internet e telemóvel – são mencionados como sendo feito um uso diário, algo que não apresenta diferenças significativas entre sexos, ambos com percentagens muito próximas de 100%.

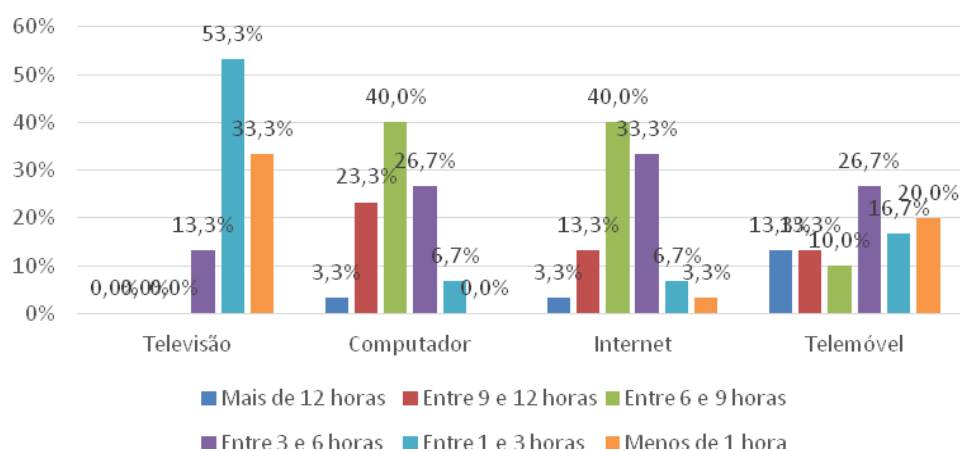
**Gráfico 1.** Frequência de utilização dos novos *media*



Fonte: Elaboração das autoras

Não obstante essa utilização diária bastante acentuada, há diferenças significativas no número de horas de uso, dependendo do *media*. Por exemplo, a televisão é indicada como a menos utilizada durante o dia, enquanto o computador e a internet, para além de apresentarem percentagens semelhantes, algo justificado pela complementaridade entre os dois dispositivos, é maioritariamente utilizado entre 6 e 9 horas diárias. No que diz respeito ao telemóvel, as respostas estão bastante equilibradas, no entanto, é o *media* mais vezes mencionado como sendo utilizado mais de 12 horas por dia.

**Gráfico 2.** Média diária de horas de utilização dos novos *media*



Fonte: Elaboração das autoras

Importa, então refletir sobre a forma como as relações sociais se vão processando devido a esta elevada utilização de novos *media*. Na tabela 2 apresentam-se os resultados obtidos a questões nas quais os inquiridos podiam escolher várias opções. Para os respondentes, as relações sociais atualmente são mais virtuais (56,8%), e uma pequena percentagem considera que são iguais ao passado (antes da existência dos novos *media*) (43,2%). A opção "Mais presenciais" não foi selecionada por nenhum dos inquiridos.

**Tabela 2.** Relações sociais na atualidade

	%
Mais presenciais	0,0
Mais virtuais	56,8
Iguais ao passado	43,2

Fonte: Elaboração das autoras

Através da tabela 3 é possível verificar que a maior parte dos inquiridos considera que o contacto estabelecido com amigos e familiares que vivem longe e amigos que vivem perto aumentou devido à utilização mais frequente de novos *media*. No entanto, para 63,3% esse contacto manteve-se igual no que diz respeito a familiares que vivem perto.

**Tabela 3.** Contacto com pessoas após a integração de novos *media* no quotidiano (%)

	Aumentou	Manteve	Diminuiu
Contacto com amigos que vivem longe	70,0	26,7	3,3
Contacto com família que vive longe	76,7	16,7	3,3
Contacto com amigos que vivem perto	56,7	40,0	3,3
Contacto com família que vive perto	33,3	63,3	3,3

Fonte: Elaboração das autoras

E os dados das relações sociais remetem para outro também bastante importante que é a forma como as fronteiras entre espaços e tempos (não) ocorrem. Da tabela 4 percebe-se que, à exceção da televisão, para todos os outros dispositivos a opinião vai no sentido de existir um esbatimento de fronteiras entre o espaço escolar, familiar e de lazer.

**Tabela 4.** Definição de fronteiras espaço-temporais (%)

	CT	C	D	DT
O facto de ter computador portátil faz com que traga muitas vezes trabalho para casa	46,7	23,3	13,3	0,0
Respondo a <i>emails</i> pessoais na escola	36,7	46,7	10,0	0,0
Acedo às redes sociais na escola	33,3	50,0	6,7	0,0
Vejo televisão na escola	0,0	0,0	46,7	43,3
Vejo informação da escola durante as férias	13,3	56,7	13,3	6,7
Atendo o telemóvel na escola	10,0	23,3	43,3	16,7
Respondo a SMS na escola	20,0	56,7	13,3	3,3

Fonte: Elaboração das autoras

### Conclusões e discussão de resultados

Neste artigo apresentaram-se os resultados da realização de um estudo de carácter exploratório, considerando a dimensão da amostra (30 alunos) e os critérios intencionais da sua seleção (disponibilidade e conveniência das duas turmas para participarem no estudo). Desta forma, os resultados discutidos neste capítulo dão pistas sobre o que se poderá inquirir no futuro, não pretendendo apresentar conclusões mais gerais e de aplicabilidade à população.

Utilizam-se cada vez mais *media*, em todos os contextos e a todas as horas, algo que teve um impacto profundo na sociedade em geral, mas, mais concretamente, na forma como os indivíduos gerem o seu dia-a-dia e como comunicam, estabelecem relações interpessoais. Para Pereira e Silva (2009), o impacto deveu-se a três motivos essenciais, ou porque houve necessidade de acompanhar os programas governamentais, como por exemplo, os da educação, como o *e-escolas*, devido ao discurso generalizado da influência positiva e da criação de uma necessidade falaciosa para a utilização das TIC; ou, e um pouco relacionada com esta, a descida dos preços dos *media* potenciou a sua compra em massa (Pereira & Silva, 2009, p. 561).

Houve três décadas fundamentais para a integração dos *media* em Portugal, a primeira foi a de 50, sobretudo nos anos finais, para a televisão; posteriormente, nos anos 70/80 já se podia aceder a computadores; e, o telemóvel, na década de 90. E a sua aceitação foi tal pelos indivíduos que as estatísticas demonstram o quanto aumentou a sua existência. No entanto, percebe-se também a presença de um fosso digital entre rural e urbano, com o primeiro a ser notícia de cada vez que alguma inovação tecnológica ocorre ou quando há lugar a uma distribuição de *media* fora do comum. Mas este fosso ou divisão digital existe, sobretudo, no que diz respeito à qualidade do acesso aos novos *media*, como a melhor ligação à internet, ou o acesso a artefactos mais recentes e avançados, porque a distribuição tecnológica foi de tal ordem que até os residentes do meio rural conseguem hoje aceder às mesmas tecnologias que os do meio urbano.

Deuze (2012) sugere que o impacto é de tal forma profundo e avassalador que já não se pode considerar os *media* como extensões do Homem (como fazia McLuhan (2008 [1964])), porque já não são externos a ele, assim, não é possível uma comparação entre *media* e a vida, porque "we *are* media." (Deuze, 2012, pp. 65-66). Para tal, contribuiu a sua crescente invisibilidade e ubiquidade, assim, o foco agora é na tarefa (e, eventualmente, nas competências necessárias ao seu desempenho) e não na ferramenta (Weiser, 1994, p. 7). Weiser compara mesmo as tecnologias aos filhos, dizendo que as primeiras devem estar sempre presentes, no entanto, são as criações invisíveis, tidas como garantidas, transportadas sem grande esforço ao longo da vida (Weiser, 1994, p. 8). E esta apropriação é realizada também com os ecrãs, instrumentos de ligação ao conteúdo, como referem Coelho e Neves (2010) "Em muito do que fazemos e do que é feito

connosco, do que percebemos e do que pensamos, dificilmente conseguimos estar separados dos ecrãs e da sua experiência perceptiva.” (Coelho & Neves, 2010, p. 102).

Assim, à medida que os *media* se iam entrosando na vida dos indivíduos, até as práticas mais rotineiras se foram alterando, falar com pessoas distantes já não se faz da mesma maneira que no passado, para além de se ter quebrado a barreira dos horários, agora é mais fácil incluírem-se em conversas com pessoas presentes, outras que estão a quilómetros de distância, podendo mesmo ser vistas. Este e outros acontecimentos terão aumentado as necessidades e a procura tecnológicas dos indivíduos, no entanto, McLuhan (2008 [1964]) considera que é preciso que alguma tecnologia surja para que os indivíduos dela sintam falta, bem como de outras que a complementem e, conseqüentemente, daí derivem outros dispositivos.

Os novos *media* e os ecrãs são, então, os mediadores por excelência entre a vida presencial e a vida virtual, numa lógica de reprodução social nos dois mundos. São eles que medeiam os conhecimentos sociais e as atividades de consumo, facilitando, conseqüentemente, a sua apropriação e domesticação (Silverstone, Hirsch, & Morley, 1992, p. 44). Algo que poderá ser percebido como negativo, aliás, considera-se que esta questão deverá sofrer um estudo mais aprofundado, talvez um estudo longitudinal ao longo dos anos que permita compreender os verdadeiros efeitos da tecnologia da vida dos indivíduos. Há autores que consideram que os efeitos não são perniciosos, defendendo até o contrário, Salovaara (2010) admite que a inclusão dos *media* no espaço casa poderá não significar um maior isolamento dos seus utilizadores, algumas ajudam até à criação de redes sociais que antes não existiam (Salovaara *et al.*, 2010, p. 816). E Rivoltella (2010a) vai ainda mais longe, ao afirmar que, graças aos *media* digitais, as crianças estão juntas, partilham conhecimentos, gostos e mensagens, contornando, desta forma, as proibições dos adultos (Rivoltella, 2010a, pp. 6-7).

Nas palavras de Sáez Vacas (2011) o Homem passou do seu estado de *Homo habilis* para o de *Homo digitalis*, num processo decorrido como consequência das novas dietas mediáticas e das dinâmicas de socialização primária e secundária. Neste novo paradigma são importantes o capital social detido, pela facilidade que promovem as relações intergeracionais quando na socialização secundária ocorrem situações de resistências aos desafios proporcionados pelos *media*; mas também o *habitus*, porque permitem que esses desafios se ultrapassem com utilizações mais frequentes e se adquiram competências infocomunicacionais, competências que já não passam, somente, pelas que eram anteriormente requeridas (leitura, escrita e cálculo), mas que terão que ser mais diversificadas e aprofundadas se se quiser utilizar a tecnologia de modo eficaz e eficiente (como conhecimentos de inglês, competências sociais para usar a rede, formas corretas de fazer pesquisas, entre outras).

Assim, ganham especial importância as relações intergeracionais, pela forma como poderão aproximar dos *media* algumas gerações que se encontram mais afastadas. Talvez o foco deva abandonar um pouco os usos que se fazem dos *media*, mas entender de que forma as gerações podem interagir para que esses usos sejam realizados de forma equilibrada e cooperante, no sentido de melhorar as competências infocomunicacionais de quem utiliza e de quem está ainda no patamar anterior (os que gostariam de utilizar) ou ainda até um pouco mais atrás (os que resistem à sua utilização). Para além disso, como se referiu, será ainda interessante perceber os efeitos desses usos ao longo dos anos, perceber que hábitos mudaram e como ocorreu essa mudança e, entre outras coisas, que partilhas geracionais é possível incrementar e impulsionar.

### Referências

- Agger, B. (2011). iTime: Labor and life in a smartphone era. *Time & Society*, 20(1), 119–136.
- Aroldi, P., & Colombo, F. (2007). Generational belonging and mediascape in Europe. *Journal of Social Science Education*, 6(1), 34–44. Retirado de <http://www.jsse.org/index.php/jsse/article/view/1038/941>
- Aroldi, P., Fortunati, L., Gebhardt, J., & Vincent, J. (2011). *Generational belonging between media audiences and ICT users*. (F. Colombo & L. Fortunati, Eds.) *Broadband Society and Generational Changes* (Vol. 5). Frankfurt am Main: Peter Lang.
- Bailey, A., & Ngwenyama, O. (2010). Bridging the Generation Gap in ICT Use: Interrogating Identity, Technology and Interactions in Community Telecenters. *Information Technology for Development*, 16(1), 62–82.
- Barnes, K., Marateo, R., & Ferris, S. P. (2007). Teaching and Learning with the Net Generation. *Innovate. Journal of online education*, 3(4). Retirado de [http://www.innovateonline.info/pdf/vol3\\_issue4/teaching\\_and\\_learning\\_with\\_the\\_net\\_generation.pdf](http://www.innovateonline.info/pdf/vol3_issue4/teaching_and_learning_with_the_net_generation.pdf)
- 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 Jérícia: LEA.
- Cardoso, G. (2009). *Do Quarto de Dormir para o Mundo*. Lisboa: Âncora Editora.

Cardoso, G. (Coord. ., Araújo, V., Gomes, M. do C., Espanha, R., & OberCom. (2007). *Portugal Móvel. Utilização do Telemóvel e Transformação da Vida Social* (p. 72). Lisboa: OberCom. Retirado de <http://www.obercom.pt/client/?newsId=29&fileName=rr4.pdf>

Cardoso, G., Espanha, R., Lapa, T., & CIES-ISCTE. (2007). *E-Generation: Os Usos de Media pelas Crianças e Jovens em Portugal*. Lisboa: CIES-ISCTE.

Cardoso, G., Espanha, R., Mendonça, S., Lima, T., Paisana, M., & OberCom. (2012). *A apropriação dos telemóveis na Sociedade em Rede*. Lisboa: OberCom.

Carroll, J., Howard, S., Vetere, F., Peck, J., & Murphy, J. (2001). Identity, Power And Fragmentation in Cyberspace: Technology Appropriation by Young People. In *ACIS 2001 Proceedings* (pp. 1–10). Australia: Australasian Conferences on Information Systems. Retirado de <http://aisel.aisnet.org/acis2001/6>

Coelho, M. Z. S. P., & Neves, J. P. (2010). Conclusão. In M. Z. S. P. Coelho & J. P. Neves (Eds.), *Ecrã, Paisagem e Corpo* (Vol. 20, pp. 102–103). Coimbra: Grácio Editor.

Corsten, M. (1999). The Time of Generations. *Time & Society*, 8(2-3), 249–272.

Crumlish, C., & Malone, E. (2009). *Designing Social Interfaces* (1ª ed., p. 518). Canada: O'Reilly Media.

Dagnaud, M. (2011). *Génération Y□: Les jeunes et les réseaux sociaux, de la dérision à la subversion. Nouveaux débats*. Paris: Les Presses de Sciences Po.

Deuze, M. (2012). *Media Life* (1ª ed., p. 256). Cambridge: Polity Press.

Domingues, J. (2002). Gerações, modernidade e subjetividade coletiva. *Tempo Social*, 14(1), 67–89. Retirado de [www.scielo.br/pdf/ts/v14n1/v14n01a04.pdf](http://www.scielo.br/pdf/ts/v14n1/v14n01a04.pdf)

Drotner, K. (2000). Difference and diversity: trends in young Danes' media uses. *Media, Culture & Society*, 22(2), 149–166.



Evers, R. (2004). Generation C. *trendwatching.com*. Retirado de [http://www.trendwatching.com/trends/generation\\_c.htm](http://www.trendwatching.com/trends/generation_c.htm)

Eyerman, R., & Turner, B. S. (1998). Outline of a Theory of Generations. *European Journal of Social Theory*, 1(1), 91–106.

Feixa, C. (2001). Generació @□: la joventut al segle XXI. (S. G. de Joventut, Ed.). Barcelona: Generalitat de Catalunya. Retirado de <http://www20.gencat.cat/docs/Joventut/Documents/Arxiu/aporta12.pdf>

Feixa, C. (2011). Tarzan, Peter Pan, Bilde Runner: relatos juvenis na era global. In J. M. Pais, R. Bendit, & V. S. Ferreira (Eds.), *Jovens e Rumos* (pp. 203–222). Lisboa: ICS.

Fortes, M. (1984). Age, generation, and social structure. In K. David & J. Keith (Eds.), *Age and anthropological theory*. Londres: Cornell University Press.

Frau-Meigs, D. (2011). *Penser la société de l'écran. Dispositifs et usages* (p. 141). Paris: Presses Sorbonne Nouvelle.

Gentile, D., & Walsh, D. (2002). A normative study of family media habits. *Applied Developmental Psychology*, 23, 157–178.

Granieri, G. (2006). *Geração Blogue. Sociedade Global* (p. 152). Lisboa: Editorial Presença.

Heidegger, M. (1977). *The question concerning technology, and other essays*. Nova Iorque: Garland Publishing.

Ilharco, F. (2007). Where are you? A Heideggerian analysis of the mobile phone. *Comunicação & Cultura*, (3), 59–76.

Introna, L., & Ilharco, F. (2006). On the Meaning of Screens: Towards a Phenomenological Account of Screenness. *Human Studies*, 29(1), 57–76.

Jones, C., Ramanau, R., Cross, S., & Healing, G. (2010). Net generation or Digital Natives: Is there a distinct new generation entering university? *Computers & Education*, 54(3), 722–732.

Levinson, P. (1998 [1997]). *A Arma Suave - História Natural e Futuro da Revolução da Informação*. Lisboa: Editorial Bizâncio.

Lipovetsky, G. (2010). *O Ecrã Global. Cultura mediática e cinema na era hipermoderna. Arte e Comunicação* (p. 305). Lisboa: Edições 70.

Lipovetsky, G., & Charles, S. (2011). *Os Tempos Hipermodernos*. Lisboa: Edições 70.

Livingstone, S., & Helsper, E. (2007). Gradations in digital inclusion: children, young people and the digital divide. *New Media & Society*, 9(4), 671–696.

Mannheim, K. (1952). The problem of generations. In P. Kecskemeti (Ed.), *Essays on the Sociology of Knowledge* (pp. 276-322). Nova Iorque: Oxford University Press.

Mannheim, K. (1990 [1952]). O Problema das Gerações. In K. Mannheim (Ed.), *Sociologia do Conhecimento* (Vol. II, pp. 115–176). Porto: Rés.

Manovich, L. (1995). An Archeology of a Computer Screen. *Kunstforum International*, 1–15. Retirado de <http://www.egs.edu/faculty/lev-manovich/articles/archeology-of-a-computer-screen/>

Manovich, L. (2002). Generation Flash. Retirado de [http://manovich.net/DOCS/generation\\_flash.doc](http://manovich.net/DOCS/generation_flash.doc)

McLuhan, M. (2008 [1964]). *Compreender os Meios de Comunicação - Extensões do Homem. Antropos* (p. 361). Lisboa: Relógio D'Água.

Michael, D. C., & Zhou, Y. (2011). Understand and Tap Into China's Digital Generations. *China Business Review*, 38(1), 22–26. Retirado de <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=56671110&site=ehost-live>

Moura, A. (2009). Geração Móvel: um ambiente de aprendizagem suportado por tecnologias móveis para a "Geração Polegar." *VI Conferência Internacional de TIC na Educação*. Braga: Universidade do Minho.

Murolo, N. (2010). Nuevas pantallas: un desarrollo conceptual. *Razón y Palabra*, (80), 1–13. Retirado de [http://www.razonypalabra.org.mx/N/N80/V80/24\\_Murolo\\_V80.pdf](http://www.razonypalabra.org.mx/N/N80/V80/24_Murolo_V80.pdf)

Murolo, N. (2011). Pantallas, pantallas y más pantallas. Desasosiego en la cultura de la imagen. *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación*, (86), 37–44.

Pais, J. M. (1997). A geração yô-yô: uma nova condição juvenil? In *III Congresso Luso-Afro-Brasileiro. Dinâmicas Multiculturais: Novas Faces, Outros Olhares* (pp. 111–125). Lisboa: ICS, Estudos e Investigações.

Pereira, M. da G., & Silva, B. (2009). A tecnologia sob o olhar de jovens e famílias: usos, valores, competências e o factor divisão digital. *Conferência Internacional de TIC na Educação: Challenges 2009*. Braga: Universidade do Minho. Retirado de <http://hdl.handle.net/1822/10031>

Pinto, M. (2005). A busca da comunicação na sociedade multi-ecrãs: perspectiva ecológica. *Comunicar*, (25), 259–264. Retirado de <http://www.revistacomunicar.com/verpdf.php?numero=25&articulo=25-2005-036>

Ponte, C. (2011). Uma geração digital? A influência familiar na experiência mediática de adolescentes. *Sociologia. Problemas e Práticas*, (65), 31–50. Retirado de [http://www.scielo.oces.mctes.pt/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0873-65292011000100002&lng=pt&nrm=iso](http://www.scielo.oces.mctes.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0873-65292011000100002&lng=pt&nrm=iso)

Prensky, M. (2001a). Digital Natives, Digital Immigrants Part 2: Do They Really Think Differently? *On the Horizon*, 9(6), 1–6. Retirado de <http://www.marcprensky.com/writing/prensky - digital natives, digital immigrants - part2.pdf>

Prensky, M. (2001b). Digital Natives, Digital Immigrants Part 1. *On the Horizon*, 9(5), 1–6. Retirado de <http://www.marcprensky.com/writing/prensky - digital natives, digital immigrants - part1.pdf>

Prensky, M. (2009). *H. Sapiens Digital: From Digital Immigrants and Digital Natives to Digital Wisdom. Innovate*. Miami: Fischler School of Education and Human Services. Retirado de [http://innovateonline.info/pdf/vol5\\_issue3/H\\_Sapiens\\_Digital-From\\_Digital\\_Immigrants\\_and\\_Digital\\_Natives\\_to\\_Digital\\_Wisdom.pdf](http://innovateonline.info/pdf/vol5_issue3/H_Sapiens_Digital-From_Digital_Immigrants_and_Digital_Natives_to_Digital_Wisdom.pdf)

Radford, M., & Connaway, L. (2007). Expect the Unexpected: Urban Screenagers' Communication and Information-seeking Preferences. *Urban Communication: Creating Sites for Connection and Action*. Texas: Gumpert, Gary Drucker, Susan. Retirado de [www.oclc.org/research/activities/synchronicity/resources/nca2006-screenagers.pdf](http://www.oclc.org/research/activities/synchronicity/resources/nca2006-screenagers.pdf)

Rheingold, H. (2002). *Smart mobs: the next social revolution*. Cambridge, MA: Basic Books.

Riley, M. (1986). The dynamisms of life stage: roles, people, and age. *Human Development*, 29(3), 150-156.

Rivoltella, P. C. (2010a). La screen generation: media, culture e compiti dell'educazione. *Cittadini in Crescita*, (2), 5-9. Retirado de [http://www.minori.it/files/cittadini\\_in\\_crescita\\_2\\_2010\\_0.pdf](http://www.minori.it/files/cittadini_in_crescita_2_2010_0.pdf)

Rivoltella, P. C. (2010b). A sociedade multi-ecrãs. Das recomendações educativas à nova mídia-educação. *Educação on-line*, (6). Retirado de <http://www.maxwell.lambda.ele.puc-rio.br/15525/15525.PDFXXvmi=RcVQOKVMEG7q7nH4S7v5uqQk61kFOELGRIxGstt7bBni05nTdT0IIR4sSo8H3ToUCWC6q6dCICVIHkDVeDEBvJ4o8c7c7v7KsKQUQ5xAHujpPWm5B1G7KLvTZE67aeREZJzPP8qwDKXsHkzimfq82X22C99Mn1qmL1dB9E9No7h7sQqQ7RZaP2crlfznHW9JbLTPUHf30nvQOnZGm9wpl0BHgb5X9fHk1CbVjrZjPvbETalhjSHGTjnavt9FJR1>

Rollot, O. (2012). *La génération Y*. Paris: Presses Universitaires de France.

Sáez Vacas, F. (2011). Nativos digitales, inteligencia digital. ¿Homo digitalis? *Revista TELOS (Cuadernos de Comunicación e Innovación)*, (86), 6-8. Retirado de [http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/DYC/TELOS/REVISTA/DetalleArticulo\\_86TELOS\\_TRIBUNA1/seccion=1271&idioma=es\\_ES&id=2011012711540001&activo=6.do](http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/DYC/TELOS/REVISTA/DetalleArticulo_86TELOS_TRIBUNA1/seccion=1271&idioma=es_ES&id=2011012711540001&activo=6.do)

Salovaara, A., Lehmuskallio, A., Hedman, 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.

Scott, P. (2010). Gerações e famílias: Polissemia, mudanças históricas e mobilidade. *Revista Sociedade e Estado*, 25(2), 251–284. Retirado de <http://www.scielo.br/pdf/se/v25n2/06.pdf>

Silva, A. de S. e. (2006). From Cyber to Hybrid. Mobile Technologies as Interfaces of Hybrid Spaces. *Space and Culture*, 9(3), 261–278.

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* (pp. 39–57). Barcelona: Editorial Bosch.

Simões, L., & Gouveia, L. B. (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. Retirado de [http://www2.ufp.pt/~lmbg/com/ls\\_cem6\\_09.pdf](http://www2.ufp.pt/~lmbg/com/ls_cem6_09.pdf)

Tapscott, D. (2009). *Grown Up Digital: How the Net Generation is Changing Your World* (p. 385). Nova Iorque: McGraw-Hill.

Tee, K., Brush, B., & Inkpen, K. (2009). Exploring communication and sharing between extended families. *International Journal of Human-Computer Studies*, (67), 128–138.

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.

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.

Walker, A., & Fong, F. (2010). Relations between the generations: uniting the macro and the micro. *Journal of Intergenerational Relationships*, 8(4), 425–430.

Weiser, M. (1991). The Computer for the 21st Century. *Mobile Computing and Communications Review*, 3(3), 3–11.

Weiser, M. (1994). The World Is Not a Desktop. *Interactions*, 1(1), 7–8. Retirado de [http://delivery.acm.org/10.1145/180000/174801/p7-weiser.pdf?ip=193.137.18.1&acc=ACTIVE\\_SERVICE&CFID=142445760&CFTOKEN=45494089&acm\\_s=1353079755\\_d8fb23c1238a30f712d26df5d306aba1](http://delivery.acm.org/10.1145/180000/174801/p7-weiser.pdf?ip=193.137.18.1&acc=ACTIVE_SERVICE&CFID=142445760&CFTOKEN=45494089&acm_s=1353079755_d8fb23c1238a30f712d26df5d306aba1)

White, D. S., & Cornu, A. L. (2011). Visitors and Residents: A new typology for online engagement. *First Monday*, 16(9). Retirado de <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/3171/3049>

Zagalo, N. (2010). Da transparência. In M. Z. S. P. Coelho & J. P. Neves (Eds.), *Ecrã, Paisagem e Corpo* (Vol. 20, pp. 35–54). Coimbra: Grácio Editor.