

ACESSO AOS NOVOS *MEDIA* E COMPETÊNCIAS INFOCOMUNICACIONAIS EM TRÊS GERAÇÕES FAMILIARES

Ana Melro*

Universidade de Aveiro, CETAC.MEDIA
anamelro@ua.pt

Lídia Oliveira**

Universidade de Aveiro, CETAC.MEDIA
lidia@ua.pt

Resumo

A utilização dos novos *media* não se faz sem que o indivíduo recorra a competências específicas que lhe permitam retirar deles o melhor resultado possível, ainda que este varie de pessoa para pessoa. Atualmente, as competências ou literacias necessárias são cada vez mais diversas e complexas, associadas a fatores sociais, tecnológicos, económicos e outros. Para além disso, considerando a multiplicidade de dimensões, o próprio conceito deverá, agora, ser utilizado no plural uma vez que assume contornos variados, com múltiplas competências a ele associadas.

Analisando a utilização de novos *media* por três gerações familiares (1.151 inquéritos por questionário), verifica-se que as competências variam de geração para geração, mas, igualmente, de *media* para *media*. A utilização mais ou menos frequente, a motivação para essa utilização, bem como a localização geográfica e a condição socioprofissional são fatores que promovem o desenvolvimento, ou não, de literacias digitais.

O objetivo deste artigo será refletir sobre a forma como três gerações – avós, pais e filhos –, residentes no meio rural português, utilizam os novos *media* e, partindo daí, compreender que competências infocomunicacionais julgam deter e que diferenças existem entre as gerações.

Palavras-chave: novos *media*; competências infocomunicacionais; gerações familiares; meio rural português.

Abstract

New media usage it's not possible without the individual to make use of specific skills that allows him/her the best result possible, varying from person to person. The required literacies for new media usage today are diverse and complex, associated to social, technological, economic, among other factors. Moreover, considering the multiplicity of dimensions, the concept itself has ceased to be used in singular, and assumed a plural contour since there are also multiple skills associated to it. Through the analysis of new media usage by three familiar generations (1.151 inquiries), we verify that the competencies vary from generation to generation and from media to media. The more or

* Licenciada em Sociologia (1999-2004), Mestre em Sociologia da Infância pela Universidade do Minho (2004-2007), doutoranda do programa Informação e Comunicação em Plataformas Digitais, Universidade de Aveiro e Universidade do Porto. Colaboradora do CETAC.MEDIA.

** Licenciada em Filosofia, Universidade de Coimbra (1990), Mestre em Tecnologia Educativa, Universidade de Aveiro, Valenciennes/França e Mons/ Bélgica (1995) e doutorada em Ciências e Tecnologias da Comunicação, Universidade de Aveiro (2002). Professora com agregação no Departamento de Comunicação e Arte, Universidade de Aveiro. Investigadora e Coordenadora Científica do Polo de Aveiro CETAC.MEDIA.

less frequent, the motivation to that usage, as well as the geographical location and socio-professional condition are factors that promote or not the development of digital literacies. The goal of this paper is to discuss about the way three generations – grandparents, parents and children –, living in Portuguese rural areas, use new media. And, from that point, understand which infocommunicational skills they think they have and the differences between generations.

Keywords: new media; infocommunicational skills; familiar generations; Portuguese rural area

Introdução

Foi desde finais da década de 1950 que os novos *media* se disseminaram com maior visibilidade em Portugal. Foi nesta altura que se deram as primeiras emissões televisivas a preto e branco. A partir daí, e consequência da utilização de tecnologia por mais horas por dia, surgiram também preocupações em relação a essa utilização. Como poderão os indivíduos aproveitar todas as funcionalidades prometidas pelos *media* sem que tal diminua as suas capacidades individuais? Ou seja, que novas literacias têm que ser desenvolvidas no século XXI para que os indivíduos potenciem em seu favor, e da comunidade, os *media* que abrem novos horizontes infocomunicacionais?

Para uma utilização plena das tecnologias, de forma segura, com conhecimento e atingindo os resultados que se pretendiam quando se procuraram, é necessário deter algumas competências, cuja importância atribuída depende da perspetiva adotada (Borges & Oliveira, 2011; Furtado, 2007; Gui & Argentin, 2011). No entanto, pode dizer-se que não é possível ter apenas em consideração, como se fazia antes do forte desenvolvimento tecnológico atravessado, as competências de leitura, escrita e a realização de cálculo. Atualmente, são cada vez mais, mais variadas e, consequentemente, mais complexas as exigências em termos de conhecimento e habilidades da sociedade da informação.

Neste artigo será abordada a utilização dos novos *media* por três gerações familiares, em termos de frequência (diária, semanal e mensal) e de número médio de horas diárias, para, posteriormente, se analisar as competências que os inquiridos consideram deter que tornam essa utilização eficaz e eficiente. O artigo encontra-se organizado em três partes principais: na primeira será realizada uma análise sobre a forma como três gerações utilizam os novos media, baseando-se em contributos teóricos sobre tema; na segunda parte será dada ênfase às competências infocomunicacionais necessárias à utilização dos novos media, bem como a alguns modelos propostos por autores; e, a terceira e última parte apresenta resultados retirados da aplicação no território nacional rural de 1.151 inquéritos por questionário, a três gerações.

O artigo apresentado é parte da investigação desenvolvida no doutoramento *Gerações de ecrã em meio rural*. Este estudo tinha como principal objetivo compreender como é realizada a utilização de novos *media* por três gerações, residentes no meio rural português (continente e ilhas).

1. Utilização de novos *media* por três gerações familiares

O estudo realizado tem como objetivo central compreender a utilização de novos *media* (televisão, computador-internet e telemóvel) por três gerações, residentes no meio rural português. As três gerações assumem um caráter de grande importância em toda a investigação, não só porque um estudo comparativo deste tipo não tinha ainda sido realizado em Portugal, mas também porque nas investigações existentes se privilegia o estudo das gerações mais novas (Jones, Ramanau, Cross, & Healing, 2010; Manovich, 2002; Michael & Zhou, 2011; Tapscott, 2009) ou das mais velhas (Facchini & Rampazi, 2009; Feist, Parker, Howard, & Hugo, 2010; Salovaara, Lehmuskallio, Hedman, Valkonen, & Näsänen, 2010), ficando a geração intermédia um pouco desfalcada em termos de conhecimento das suas práticas tecnológicas. No entanto, considera-se que os novos *media* são parte importante na definição das três gerações, ora porque se confrontam para a sua utilização, ora porque é importante, por causa das questões de segurança e privacidade, que todos saibam do que se trata, ou mesmo porque poderão ser um poderoso instrumento de relacionamento intergeracional. Como referem Aroldi e outros autores (2011),

[...] *media* have a part in defining the formative experiences of a generation, not only because they are so deeply embedded in the everyday practices as to become a “natural” element of its social landscape and its common sense, but also because historical events and occurrences, as well as cultural values and their symbolic forms, are often mediated by them. (Aroldi, Fortunati, Gebhardt & Vincent, 2011: 58).

Os novos *media*, em qualquer década ou geração, são, então, parte importante da formação das gerações. Em Portugal, a televisão foi, e ainda é, central para os indivíduos nascidos na década de 1950; o computador para os da década de 1970 e o telemóvel e a internet para os jovens pertencentes à geração de 1990. Aroldi e Colombo (2007) consideram mesmo que essa relação entre os *media* e as gerações é pautada por características muito próprias, na medida em que a tecnologia e os seus produtos são parte importante das semânticas geracionais, atribuindo diferentes significados a determinadas expressões e mesmo artefactos. Também nas diferentes gerações é possível encontrar distintas dietas mediáticas, como já referido, a identificação com determinada tecnologia

está relacionada com a proximidade que foi sendo construída, não apenas através das relações estabelecidas ao longo dos anos, mas muito porque se assistiu ao seu nascimento. E, finalmente, apesar de todas as diferenças que se poderão encontrar, há semelhanças importantes na forma como se estabelece o contacto com os *media*, bem como são realizadas as trocas de experiências, por exemplo, todos os indivíduos têm um ritual partilhado, que, apesar disso, contribui para a construção de diferentes perceções e atribuições com significados diferentes; mas, também a forma como se criam representações de si próprios e do outro, porque partilham objetos, espaços e programas, no fundo, apesar do passado ter sido diferente, sentem a existência de um presente comum (Aroldi & Colombo, 2007: 38).

Na questão da utilização dos novos *media* pelas diferentes gerações e na forma como elas os experienciam e vivenciam, e uma vez que a questão do nascimento “com” os *media* é algo que vem assumindo uma importância crescente, entender de que forma se integram na socialização ou como esta vem sofrendo mutações para os assimilar, é também premente. Aliás, não apenas os *media* estão presentes na socialização primária, como se tornam parte integrante da sua vida ao longo dos anos, nos vários contextos (Aroldi & Colombo, 2007: 39), ou seja, os primeiros impõem-se ao indivíduo, mas, posteriormente, é este que depois se impõe (e até contribui para as suas mutações) na existência dos *media*.

A outra visão é a da (não) integração de determinados artefactos e ferramentas numa fase mais avançada da vida, durante a socialização secundária, na qual a familiaridade com os *media* já não é tão elevada, mas constituem antes um desafio, que tem que ser aceite se não se quer ficar em atraso perante a evolução dos instrumentos de que se dispõe (Aroldi & Colombo, 2007: 39).

A utilização dos novos *media* pelas gerações 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).

Verifica-se que, como faz Sáez Vacas (2011), não há uma ausência total de artefactos tecnológicos no quotidiano dos indivíduos de todas as gerações, ainda que a preferência de utilização recaia sobre o computador-internet, o telemóvel ou a televisão. Ou seja, os ecrãs e, atualmente, cada vez mais os ecrãs táteis são, por isso, pervasivos. Assim, se, segundo o

autor, o *Homo digitalis* se caracteriza pela utilização de uma prótese cerebral, sendo essa prótese o teclado, o rato e os ecrãs de todos os dispositivos com que o indivíduo contacta, essa prótese tem sofrido uma mutação, uma vez que o teclado e o rato são substituídos pelo ecrã e pelo toque, pelo incremento da sensibilidade. Pode assumir-se, então, o surgimento do *Homo digitalis sensitu*, para quem as sensações transmitidas pelo contacto com os dispositivos e a proximidade que se cria inconscientemente com esses dispositivos são cada vez mais importantes.

Mas para que essa proximidade com os ecrãs e, conseqüentemente com a tecnologia se faça de modo inteligente e capaz é necessário deter as competências necessários. Na segunda parte deste artigo, será realizada uma abordagem a essa temática.

2. Competências infocomunicacionais

Deve começar-se esta análise pelo conceito inicial, ou seja, o que se entende por competência? A resposta é dada por Ferrés e Piscitelli (2012), que referem que “Competence is understood as a combination of the knowledge, skills and attitudes deemed essential for performing a task within a specific context.” (Ferrés, Piscitelli, 2012: 76). Estão, então, em causa três variáveis essenciais: conhecimento, capacidade e atitude, significando que para se considerar que um indivíduo tem competência para o desenvolvimento de determinada tarefa, ou utilização de determinado *medium*, é necessário que tenha conhecimentos para o fazer, ou saiba onde os procurar; tenha capacidade para o desempenho da tarefa, no sentido das habilidades específicas; e a atitude certa, ou seja, que a disposição seja a da vontade para e não a da resistência.

As literacias exigidas para a utilização dos novos *media* são hoje multivariadas e complexas, associadas a fatores sociais, tecnológicos, económicos, entre outros. Aliás, considerando esta multiplicidade de dimensões, o próprio conceito deixou de se utilizar no singular, e assumiu um contorno plural uma vez que são também várias as competências a que a elas estão associadas. Exemplo da “literacia informacional (conceito introduzido por Paul Zurkowski em 1974), a literacia digital (conceito introduzido por Paul Gilster em 1997) ou a literacia mediática.” (Lopes, 2012: 5).

Muito importante também nos conceitos de literacias e de competências são os fatores endógenos aos indivíduos. Não é suficiente ter os meios, é pertinente ter motivação para a utilização desses meios, perseverança e resistir aos desafios encontrados (atitude). De facto, para que se inicie a utilização dos novos *media*, sobretudo em determinadas idades (a

geração dos avós, por exemplo), deve existir algum fator motivacional, como a reforma ou a mudança de residência (Salovaara *et al.*, 2010), caso contrário essas experiências nunca ocorrem. Para Furtado (2007), há, por essa razão, uma tríade associada às literacias digitais: a motivação, o acesso físico e as competências, sem as quais (constituindo um ponto de partida) não será possível avançar para uma utilização satisfatória dos meios tecnológicos (Furtado, 2007: 103). O fator motivacional foi, inclusive, mencionado por Borges (2011) como sendo um elemento essencial para o desenvolvimento e a promoção de competências em ambientes digitais (Borges, 2011: 136).

Foram vários os autores que contribuíram para a reflexão dos conceitos de literacias e competências para a utilização das tecnologias de informação e comunicação. Steyaert (2002) considera que o processo de desenvolvimento das competências digitais ocorre em três fases, sendo o primeiro nível o mais básico, o das competências instrumentais, seguido das estruturais e estratégicas (Steyaert, 2002: 205-207). Van Dijk (2005) concorda com estas três fases, no entanto designa o primeiro nível como o das competências operacionais, onde se pretende que se trabalhe com o *hardware* e o *software*. Este autor separa ainda as competências informacionais das estratégicas (van Dijk, 2005: 73), estando estas últimas bastante próximas do conceito de *digital wisdom* proposto por Marc Prensky (2009) quando se referia à forma como os indivíduos utilizavam as tecnologias ao seu serviço e de forma inteligente.

Borges e Oliveira (2011) no seu estudo sobre a forma como “as pessoas combinam aspectos cognitivos e habilidades técnicas para usar as plataformas digitais para produzir valor” (Borges & Oliveira, 2011: 307) concluíram que essa combinação se verifica em três competências: as comunicacionais (relacionadas com o poder de argumentação e de negociação e articulação); as informacionais (habilidade para procurar, produzir e disseminar informação); e as operacionais (habilidade para trabalhar com o hardware e o software disponível) (Borges & Oliveira, 2011: 307).

Também Rojas e a sua equipa de investigadores do projeto de Austin|Portugal consideram que se deve ter em consideração fatores como as tecno-disposições (as apetências dos indivíduos para a utilização da tecnologia), o tecno-capital (um tipo de capital cultural que engloba o conhecimento necessário, as habilidades e as disposições para utilizar as tecnologias), criando e fazendo uso, posteriormente, de tecno-competências que se vão adquirindo (as capacidades requeridas e conhecimentos sobre as TIC) (Rojas *et al.*, 2012: 229-230) na utilização dos *media*, estando todas estas “tecno-habilidades” naturalmente integradas.

Borges (2011) defende a existência de quatro dimensões de competência: o saber (conhecimentos), o saber-fazer (habilidades), o saber-agir (atitudes) e o saber-ser (ética e responsabilidade), as primeiras retiradas do trabalho de Miranda (2006) e a última acrescentada pela autora (Borges, 2011: 139-140). Aliás, para Jussara Borges o termo *digital literacy*, em inglês e, competência digital, em português, não é corretamente traduzido, preferindo dizer “competências em ambientes digitais” (Borges, 2011: 141) e, quando estas surgem associadas à procura e recolha de informação e/ou ao estabelecimento de relações sociais, será mais correto designar-se “competências infocomunicacionais em ambientes digitais” (Borges, 2011: 145).

Lopes (2012) considera que no campo da utilização dos novos *media* há duas competências fundamentais, as individuais e os fatores externos ou sociais. As primeiras reportam aos planos técnico e crítico-cognitivo e as segundas aos planos comunicativo e participativo (Lopes, 2012: 8-9), além disso, desde a forte disseminação de redes sociais (atualmente são utilizadas em grande escala cerca de 50) que esta componente social é tida como uma competência bastante pertinente, onde estão à prova capacidades dos indivíduos comunicarem virtualmente, sobretudo, através da escrita. Ainda no domínio comunicacional é necessário ter em consideração competências como interação, argumentação, partilha, colaboração, participação e, até, a seleção das redes e comunidades das quais o indivíduo pretende fazer parte (Borges, 2011: 164-165).

A proposta de Petrella (2012) das competências de literacia mediática é um pouco mais abrangente mas, ao mesmo tempo, engloba vertentes que se encontram bastante relacionadas entre si, chegando a ser até um pouco repetitivas. O autor considera que são oito as competências que o indivíduo deve deter: expressão criativa, experimentação, exploração, aproximação multicultural, colaboração e criação de redes, reflexividade, pensamento crítico e responsabilidade cívica e participação social (Petrella, 2012: 218), como expostas na figura 1.

Figura 1. *Set* de Competências Mediáticas



Fonte: Petrella (2012: 218)

Propõe-se, ainda, dois modelos de literacia, o primeiro de Gutiérrez e Tyner (2012) e o segundo de Area e Pessoa (2012). Para os primeiros autores, a literacia para os media e informacional é composta pelos designados cinco C's: "Comprehension, Critical Thinking, Creativity, Cross-Cultural Awareness, and Citizenship." (Gutiérrez & Tyner, 2012: 36). Para Area e Pessoa (2012), a proposta é realizada tendo em consideração um modelo integrado para a Web 2.0. Este modelo contempla duas grandes áreas: os ambientes de aprendizagem Web 2.0 e as competências necessárias à sua utilização. Relativamente a estas últimas, os autores concordam que são cinco: instrumentais, cognitivo-intelectuais, socioculturais, axiológicas e emocionais (Area & Pessoa, 2012: 17).

A internet é o espaço privilegiado de ocorrência das comunicações e, consequentemente, de teste e exploração das competências possuídas. Desta forma, é importante a apropriação e o entendimento da noção de ciberespaço de Silva e Abreu (2003) para quem "A rede Internet é um espaço de espaços, um espaço de conteúdos e de relacionamentos." (Silva & Abreu, 2003: 64), muito semelhante aos espaços exteriores, onde o indivíduo é confrontado com conteúdos, símbolos, relações interpessoais e inter-objetos.

No entanto, e ao contrário do espaço exterior, físico, o ciberespaço é parco em indicações e orientações, deixando o utilizador um pouco à sua mercê e entendimento, o que, para quem não detém as competências adequadas, pode ocorrer o risco de receber informação exagerada e desnecessária, informação que nem procurou e que nem lhe interessava receber. Esta situação leva os autores a concluir que

"há ainda muito trabalho de planeamento urbanístico a fazer no ciberespaço. Esse trabalho urbanístico deve contemplar as três vertentes: estética, ordenação e adaptação dos espaços às necessidades dos utilizadores, para que se passe da actual lógica labiríntica para uma lógica da fruição estética e intelectual e do encontro." (Silva & Abreu, 2003: 64).

Mas este planeamento não é exclusivo das redes de pesquisa, mas igualmente das relações sociais estabelecidas, onde as normas de *netiquette* ou etiqueta da Rede devem ser também tidas em consideração (Silva & Abreu, 2003: 64).

Esta etiqueta da Rede é importante, essencialmente, porque, como refere Cardoso (2009) passa-se de um modelo de comunicação de massa para um modelo de comunicação em rede, é o quarto modelo que o autor considera existir, sendo os três primeiros, a comunicação interpessoal entre duas ou mais pessoas; a comunicação de um-para-muitos; e a comunicação de massa já referida, a qual, através do uso da tecnologia, capacita o envio de mensagens a uma grande quantidade de pessoas (Cardoso, 2009: 56).

Pode afirmar-se, como faz Thompson (1998), que “[...] a recepção dos produtos da mídia é uma rotina, uma atividade prática que muitos indivíduos já integram como parte de suas vidas cotidianas.” (1998: 42), o que conduz à forma como poderão ser estabelecidas as relações sociais, assim como à forma como é realizada a fronteira entre os diferentes contextos (familiar, laboral/escolar e de lazer).

Os *media* trouxeram mudanças revolucionárias nos modos de organizar o quotidiano dos indivíduos, por exemplo, o que no passado era considerado como um elo de ligação entre os elementos da família (a televisão), atualmente, na maior parte dos lares portugueses, cada divisão tem o seu aparelho, podendo cada um ver o programa que quer (Moura, 2009). As redes sociais, disponíveis na internet, através do computador e do telemóvel, permitiram ligar pessoas distantes, principalmente num País de emigrantes como é Portugal, e, sobretudo, no meio rural mais caracterizado por essa procura de melhor vida em zonas urbanas e mais desenvolvidas.

O telemóvel foi outro dos artefactos que contribuiu para essa mudança, aliás, como referem Cardoso e outros (2007), já é complicado pensar como se organizava o dia sem o recurso ao telemóvel, de tal forma foi a sua integração no quotidiano dos indivíduos e facilitou os encontros, a poupança de tempo e a convergência de espaços (Cardoso *et al.*, 2007), é caso para dizer que os indivíduos são cada vez mais “corpos intercomunicantes”, só existindo a par com os acessórios de vestuário, de gestão do tempo e de gestão da comunicação (Silva, 2005: 1966).

3. Metodologia

Foram aplicados inquéritos por questionário, a nível nacional, ao território rural. Iniciou-se esta etapa com a seleção de escolas, a partir das quais seriam contactados os alunos e, posteriormente, os seus pais e avós. Selecionaram-se 13 escolas não agrupadas e agrupamentos de escolas, turmas do 2º e 3º ciclos e secundário. No total foram enviados 2.652 inquéritos – Filhos, Pais e Avós –; e validados 1.151.

Dos inquéritos validados, 379 pertenciam ao sexo masculino e 751 ao sexo feminino; 237 à geração dos Filhos, 391 à dos Pais e 302 à dos Avós. Dos Pais, entre as situações mais frequentes verifica-se que 29,8% eram casados ou viviam em união de facto; 14,1% eram divorciados e 10,8% eram viúvos. Dos Avós, também das situações que mais se verificaram, 11,3% eram divorciados, 2,8% casados e 1,2% divorciados.

A maior percentagem de Pais possui o 9º ano de escolaridade (18,5%) e a maior parte é funcionário público (24,7%); seguidos de quem detém o 12º ano (17,5%), o 6º ano (15,2%), a 4ª classe (14,2%) e licenciatura (13,2%). Nas profissões desempenhadas, a seguir à função pública já mencionada, estão situações como empregado por conta própria (16,7%), desempregado (13,5%) e pessoal administrativo e dos serviços (10,5%). Os Avós, mais de metade dos inquiridos (51,8%) tem a 4ª classe e 14,6% é analfabeto. E em relação à situação profissional, 76,4% estão na reforma ou pré-reforma. À altura da aplicação do inquérito, 36,1% dos Filhos frequentavam o 6º ano de escolaridade, 36,7% o 9º ano e 27,2% o 12º ano.

Na subsecção seguinte serão apresentados os principais resultados obtidos em termos de utilização dos novos *media* pelas três gerações, residentes no meio rural português; e de competências infocomunicacionais detidas pelos mesmos grupos etários.

3.1. Resultados

Com o objetivo de fazer uma avaliação das competências infocomunicacionais, questionou-se os indivíduos sobre a utilização de três *media* em específico: a televisão, o computador, a internet e o telemóvel.

Na tabela 1 encontram-se os dados para as décadas de nascimento mais representativas, apesar de se ter obtido valores para décadas a partir de 1910 que, no entanto, não facultavam informação que alterasse os resultados finais. Para além disso, foi ainda reduzido o espectro temporal da frequência de utilização dos *media* e do número médio de horas diárias de uso, uma vez que os que se apresentam foram os mais indicados. A laranja estão os valores que se consideraram mais significativos.

Tabela 1. Frequência de utilização dos *media* e número médio de horas diárias de utilização (%)

<i>Media</i>	Década de nascimento	Frequência de utilização dos <i>media</i>			Número médio de horas diárias de utilização dos <i>media</i>		
		Diariamente	Semanalmente	Nunca	Entre 3 e 6	Entre 1 e 3	Menos de 1
Televisão	1960	17,6	0,2	0,0	4,0	11,1	2,1
	1970	13,6	0,4	0,1	2,8	8,4	1,9
	1990	26,2	1,3	0,0	6,9	11,2	4,0
	2000	10,8	0,5	0,0	2,4	4,8	1,7
Computador	1960	10,7	2,7	1,8	3,6	4,3	7,3
	1970	8,0	3,8	0,6	2,2	4,2	7,3
	1990	23,3	6,1	0,1	10,5	14,1	7,7
	2000	7,0	4,8	0,1	1,4	7,0	5,3
Internet	1960	9,9	3,5	1,7	3,1	4,5	9,2
	1970	7,1	3,6	0,9	2,0	3,2	9,9
	1990	22,5	5,9	0,3	9,9	15,3	8,0
	2000	6,1	5,1	0,0	1,2	6,6	6,1
Telemóvel	1960	17,3	0,8	0,1	0,9	2,6	13,5
	1970	14,3	0,1	0,1	1,1	2,4	10,2
	1990	27,6	0,5	0,1	3,3	4,4	7,6
	2000	9,0	0,7	0,0	0,8	1,7	7,0

Verifica-se através da tabela 1 que a televisão continua a ser o *medium* mais apontado como diariamente utilizado por quase todos os inquiridos nascidos nas diferentes décadas. E, igualmente, aquele a que mais tempo se assiste (entre 1 e 3 horas por dia). Os restantes *media* têm uma presença forte na geração de 1990, no entanto, todas as outras gerações afirmam utilizar diariamente. Aliás, o telemóvel é, a seguir à televisão, o *medium* que maior presença tem em todas as gerações.

Se a utilização dos *media* é realizada por todas as gerações com a frequência analisada, importa, agora, analisar as competências infocomunicacionais que os inquiridos detêm. Na tabela 2 encontram-se os resultados relativamente às respostas dadas em cada uma das frases apresentadas no inquérito, cuja escala de concordância é: CT: Concordo totalmente; C: Concordo; D: Discordo; DT: Discordo totalmente. E referindo-se as opções NO; NA e NS/NR a Não tenho opinião; Não se aplica à minha situação; e, Não sei/Não respondo, respetivamente.

Tabela 2. Competências infocomunicacionais (%)

	Consigno configurar o computador de acordo com as minhas preferências pessoais							Total
	CT	C	D	DT	NO	NA	NS/NR	
Filhos	63,6	25,9	3,3	0,5	1,2	1,9	3,7	100,0
Pais	25,5	31,9	8,0	4,5	4,5	14,9	10,6	100,0
Avós	3,6	6,1	7,5	7,2	4,7	50,9	20,1	100,0
	Sou capaz de partilhar fotografias, textos e vídeos em redes sociais <i>online</i> , <i>wikis</i> , <i>blogs</i> , <i>fóruns</i> etc.							Total
	CT	C	D	DT	NO	NA	NS/NR	
Filhos	48,4	28,9	9,0	3,5	1,9	3,9	4,4	100,0
Pais	13,1	27,3	15,5	6,1	2,7	24,1	11,2	100,0
Avós	2,8	4,3	10,3	7,1	5,0	51,2	19,2	100,0
	Sou capaz de avaliar questões de privacidade e segurança antes de disponibilizar informações							Total
	CT	C	D	DT	NO	NA	NS/NR	
Filhos	41,7	34,2	9,6	1,2	3,3	3,7	6,3	100,0
Pais	14,0	35,0	11,1	4,9	3,5	19,9	11,6	100,0
Avós	1,8	7,6	9,7	5,8	5,8	48,9	20,5	100,0
	Sou capaz de configurar o telemóvel de acordo com as minhas preferências pessoais							Total
	CT	C	D	DT	NO	NA	NS/NR	
Filhos	64,9	24,0	2,6	0,2	1,4	2,8	4,2	100,0
Pais	29,8	41,2	6,6	3,2	0,8	9,8	8,5	100,0
Avós	8,5	9,9	11,3	12,8	3,5	33,7	20,2	100,0
	Sou capaz de ler e responder às mensagens recebidas no telemóvel							Total
	CT	C	D	DT	NO	NA	NS/NR	
Filhos	71,6	20,0	1,2	0,5	1,2	2,6	3,0	100,0
Pais	45,4	37,7	4,5	1,6	1,1	3,7	6,1	100,0
Avós	9,2	22,2	9,9	9,9	2,8	28,2	18,0	100,0
	Sou capaz de configurar a televisão de acordo com as minhas preferências pessoais							Total
	CT	C	D	DT	NO	NA	NS/NR	
Filhos	45,8	30,1	10,6	2,8	3,0	2,1	5,6	100,0
Pais	29,7	38,2	11,6	2,6	1,8	8,9	7,1	100,0
Avós	13,6	25,5	13,6	11,9	3,1	15,4	16,8	100,0
	Consigno seleccionar no menu da televisão a ação que pretendo fazer							Total

	CT	C	D	DT	NO	NA	NS/NR	
Filhos	64,7	24,9	2,8	0,9	1,8	1,6	3,2	100,0
Pais	39,3	42,2	5,6	0,5	0,8	4,5	7,2	100,0
Avós	21,0	36,6	8,6	3,8	2,8	12,4	14,8	100,0

Conclui-se que em todos os *media*, Filhos e Pais concordam deter as competências infocomunicacionais em estudo. Não obstante, os valores dos Filhos são sempre superiores. Para além disso, são raros os *media* em que os Avós apresentam valores significativos em termos de competências, excetuando-se, quase sem surpresa, o caso da televisão.

Fazendo uma análise mais aprofundada, relativamente à configuração de preferências pessoais no computador, Filhos e Pais apresentam valores elevados de concordância, com os primeiros a deter 63,6% e os segundos 25,5% de total concordância, e 25,9% e 31,9% de concordância, respetivamente. Na competência para a publicação de informação *online*, são os Filhos que sobressaem, com concordância total de 48,4% e concordância de 28,9%. E muito importante para esta publicação *online* é a avaliação das questões de privacidade e segurança nas quais, mais uma vez os Filhos, são os que concordam totalmente deter competências, com 41,7%.

Relativamente às competências para utilização do telemóvel, também os Filhos e os Pais são os que mais concordam totalmente quando a questão é colocada sobre a configuração pessoal do dispositivo, tendo os Filhos uma percentagem mais elevada (64,9%), em comparação com os Pais (29,8%). E ler e responder a mensagens escritas recebidas no telemóvel é algo que também os Filhos concordam totalmente saber fazer (71,6%).

Por último, em relação à televisão, já se evidencia alguma destreza no grupo dos Avós, no entanto, continuam a deter as percentagens mais elevadas os Filhos e os Pais. Na configuração pessoal da televisão, 45,8% dos Filhos concordam totalmente saber fazer, valor mais alto que o dos Pais (29,7%). Mas ser capaz de selecionar no menu da televisão a opção que se pretende é assinalada como concordante pelos Filhos (24,9%), Pais (42,2%) e Avós (36,6%).

Conclusão

Após a análise ao conceito de competências infocomunicacionais proposto por autores que estudaram a temática e aos resultados retirados da aplicação do inquérito por questionário, considera-se pertinente elaborar uma súmula das características essenciais

para que, numa sociedade, existam indivíduos tecnologicamente competentes. Para o efeito, houve três domínios que sobressaíram de grande parte das análises: as características individuais, as da sociedade e as do artefacto.

Em termos de características individuais, reuniram-se algumas das que foram sendo analisadas pelos autores anteriores, assim, ler, escrever e elaborar operações de cálculo são as mais essenciais, mas outras como a capacidade de interpretação, reflexão, de pesquisa e partilha, competências sociais, bem como a motivação são algumas das mais importantes para uma utilização satisfatória dos novos *media*.

Para além das características individuais, devem ter-se em conta as da sociedade, assim, interferem na competência tecnológica dos indivíduos a economia, a política, a abertura para a mudança cultural, o facto de se tratar de uma sociedade em rede, a importância atribuída ao conhecimento, que poderá ou não, promover o desenvolvimento de capital humano e intelectual.

Por último, são igualmente importantes as características do artefacto tecnológico: se é rápido, acessível, pequeno e leve são as condições mais físicas, mas é também importante deter uma boa capacidade de memória, *software* adequado às necessidades do indivíduo e se é adaptável.

Das competências analisadas no inquérito é, ainda, possível tirar algumas conclusões que vão de encontro à cultura pré-figurativa mencionada por Mead (1970), segundo a qual se invertem um pouco os papéis do que é habitual na sociedade, e são os adultos que vão aprendendo com os seus filhos e/ou netos. Assim, deter mais competências infocomunicacionais poderá incentivar ao estabelecimento de relações intergeracionais familiares, ou seja, quando surge alguma dúvida ou problema na utilização dos *media*, tenderá a recorrer-se às gerações mais novas para o resolver.

Para além disso, considerar deter-se maior competência na utilização de um *medium* do que em outro, poderá estar relacionado com a altura do seu surgimento e com os anos de convivência, ou seja, o grau de naturalidade que o *medium* tem face à geração em causa. Assim, se para os Filhos será mais natural conviver e recorrer ao telemóvel, ao computador e à internet; para os Pais, já não são objetos tão estranhos, mas a televisão foi o artefacto que os acompanhou enquanto crianças e jovens; e, para os Avós também a convivência com a televisão tem mais anos, daí que a familiaridade possa contribuir para aumentar o nível de competência ou a perceção de que se detém.

Não obstante esta distinção entre anos de nascimento dos inquiridos e surgimento dos *media* na sociedade portuguesa, o que é facto é que já se torna complicado imaginar a

gestão diária sem recurso, por exemplo, ao telemóvel, ou a gestão profissional sem recurso ao *email* (internet) (Cardoso *et al.*, 2007). Como refere Silva (2005), é a existência de artefactos de comunicação ao mesmo nível que os acessórios de roupa, numa lógica de transformar o corpo em algo que comunica para além da sua presença física, sendo a posse de competências para os utilizar das questões mais importantes de avaliar se se quer simplesmente usar, ter motivação para tal por vários fatores (Salovaara *et al.*, 2010); mas, mais ainda, se se quer usar de modo crítico.

Referências

- Area, M., & Pessoa, T. (2012). From Solid to Liquid: New Literacies to the Cultural Changes of Web 2.0. *Comunicar*, XIX(38), 13–20.
- Aroldi, P., & Colombo, F. (2007). Generational belonging and mediascape in Europe. *Journal of Social Science Education*, 6(1), 34–44. Retrieved from <http://www.jsse.org/2007/2007-1/pdf/aroldi-colombo-mediascape-1-2007.pdf>
- 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.
- Borges, J. (2011). *Participação política, Internet e competências infocomunicacionais: estudo com organizações da sociedade civil de Salvador. Faculdade de Comunicação*. Universidade Federal da Bahia, Salvador da Bahia.
- Borges, J., & Oliveira, L. (2011). Competências infocomunicacionais em ambientes digitais. *Observatorio (OBS*)*, 5(4), 291–326. Retrieved from <http://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/view/508/460>
- Cardoso, G. (2009). Da comunicação em massa à comunicação em rede: modelos comunicacionais e a sociedade de informação. In G. Cardoso, R. Espanha, & V. Araújo (Eds.), *Da Comunicação em Massa à Comunicação em Rede* (Vol. 18, pp. 15–66). Porto: Porto Editora.
- Cardoso, G., Gomes, M. do C., Espanha, R., & Araújo, V. (2007). Portugal móvel. *Comunicação & Cultura*, (3), 19–39.
- Facchini, C., & Rampazi, M. (2009). No longer young, not yet old. *Time & Society*, 18(2-3), 351–372. Retrieved from <http://tas.sagepub.com/content/18/2-3/351.abstract>
- Feist, H., Parker, K., Howard, N., & Hugo, G. (2010). New Technologies: Their Potential Role in Linking Rural Older People to Community. *International Journal of Emerging Technologies and Society*, 8(2), 68–84.
- Ferrés, J., & Piscitelli, A. (2012). Media Competence. Articulated Proposal of Dimensions and Indicators. *Comunicar*, XIX(38), 75–81.
- Furtado, J. A. (2007). Fractura digital e literacia: reequacionar as questões de acesso. *Comunicação & Cultura*, (3), 97–111. doi:258549/07

- Gui, M., & Argentin, G. (2011). Digital skills of internet natives: Different forms of digital literacy in a random sample of northern Italian high school students. *New Media & Society*, 13(6), 963–980. doi:10.1177/1461444810389751
- Gutiérrez, A., & Tyner, K. (2012). Media Education, Media Literacy and Digital Competence. *Comunicar*, XIX(38), 31–39.
- 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. doi:10.1016/j.compedu.2009.09.022
- Lopes, P. C. (2012). Literacia mediática: novas competências para infoadictos. In A. P. de Sociologia (Ed.), *VII Congresso Português de Sociologia. Sociedade, Crise e Reconfigurações* (pp. 1–11). Universidade do Porto, Faculdade de Letras, Faculdade de Psicologia e Ciências da Educação: Associação Portuguesa de Sociologia. Retrieved from http://www.aps.pt/vii_congresso/papers/finais/PAP0119_ed.pdf
- Manovich, L. (2002). Generation Flash. Retrieved from http://manovich.net/DOCS/generation_flash.doc
- Mead, M. (1970). *Conflito de Gerações*. (Diálogo, Ed.) (Vol. 11, p. 173). Lisboa: Publicações Dom Quixote.
- Michael, D. C., & Zhou, Y. (2011). Understand and Tap Into China's Digital Generations. *China Business Review*, 38(1), 22–26. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=56671110&site=ehost-live>
- Miranda, S. (2006). Como as necessidades de informação podem se relacionar com as competências informacionais. *Ci. Inf.*, 35(3), 99–114. Retrieved from <http://www.scielo.br/pdf/ci/v35n3/v35n3a10.pdf>
- 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.
- Petrella, S. (2012). Repensar competências e habilidades para as novas gerações. Propostas para uma nova literacia mediática. *Revista Comunicando*, 1(1), 205–222. Retrieved from http://www.revistacomunicando.sopcom.pt/ficheiros/20121219-revistacomunicando_2012.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. Retrieved from http://innovateonline.info/pdf/vol5_issue3/H._Sapiens_Digital-__From_Digital_Immigrants_and_Digital_Natives_to_Digital_Wisdom.pdf
- Rojas, V., Straubhaar, J., Spence, J., Roychowdhury, D., Okur, O., Piñon, J., & Fuentes-Bautista, M. (2012). Communities, Cultural Capital, and Digital Inclusion: Ten Years of Tracking Techno-Dispositions and Techno-Capital. In J. Straubhaar, J. Spence, Z. Tufekci, & R. G. Lentz (Eds.), *Inequity in the Technopolis. Race, Class, Gender, and the Digital Divide in Austin* (pp. 223–264). Austin: University of Texas Press.
- Sáez Vacas, F. (2011). Nativos digitales, inteligencia digital. ¿Homo digitalis? *Revista TELOS (Cuadernos de Comunicación e Innovación)*, (86), 6–8. Retrieved from 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.
- Silva, L. O. da. (2005). Os arquipélagos de comunicação potenciados pelo uso dos telemóveis e pelas tecnologias móveis. (U. de Aveiro, Ed.)^{4o} SOPCOM. Aveiro: Universidade de Aveiro. Retrieved from http://aveiro.academia.edu/LidiaOliveiraSilva/Papers/83842/Os_arquipelagos_de_comunicacao_potenciados_pelo_uso_dos_telemoveis_e_pelas_tecnologias_moveis
- Silva, L. O. da, & Abreu, J. F. de. (2003). Cidades digitais: o novo “urbanismo” potencial catalisador da lusofonia. *Anuário Internacional de Comunicação Lusófona*, 1(1), 57–71. Retrieved from <http://revcom.portcom.intercom.org.br/index.php/anuariolusofono/article/view/1139/887>
- Steyaert, J. (2002). Inequality and the Digital Divide: Myths and Realities. In S. Hick & J. McNutt (Eds.), *Advocacy, Activism, and the Internet: Community organization and social policy* (pp. 199–211). Chicago: Lycecum Books.
- Tapscott, D. (2009). *Grown Up Digital: How the Net Generation is Changing Your World* (p. 385). Nova Iorque: McGraw-Hill.
- Thompson, J. (1998). *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. Rio de Janeiro: Vozes.
- Van Dijk, J. (2005). *The Deepening Divide: Inequality in the Information Society* (p. 248). Londres: SAGE Publications.