

Tecnologias de Informação e Comunicação, *Media* e Memória na Construção de Identidade Geracional de Idosos Portugueses

Information and Communication technologies, Media and
the Construction of a Generational Identity of Portuguese Elderly

Celiana Azevedo

Universidade Nova de Lisboa – FCSH
Avenida de Berna, 26-C, 1069-061, Lisboa, Portugal
celianaazevedo@hotmail.com

Resumo. O objetivo deste trabalho é discutir a relação entre *media*, tecnologias de informação e comunicação, geração e memória e, mais especificamente, debater como essas ligações podem influenciar na construção de identidade geracional (Aroldi, 2011) e como pessoas nascidas em um determinado momento usam os *media* como ferramenta de construção da sua identidade coletiva (Aroldi, 2011). Trabalhamos com idosos que passaram infância e juventude em Portugal e escolhemos grupos focais como ferramenta de pesquisa, pois é conhecida como uma boa metodologia para interagir com pessoas mais velhas. Na sequência das observações, verificamos que é indiscutível como a realidade tornou-se quase inseparável dos meios de comunicação social.

Palavras chave: TIC, identidade geracional, idoso, *media*, memória.

Abstract. The objective of this work is to discuss the relationship between media, information and communication technology, generation and audience and, more specifically, to understand how these connections can be important in the construction of the generational identity (Aroldi, 2011) and how people, who was born in an specific moment use the media as a way to construct their collective identity (Aroldi, 2011). We worked with elderly people who spend their childhood and youth in Portugal and we chose focus groups as a tool for research because it is known as a good methodology to interact with old people. In the sequence of the observations, the article argues that it is impossible to dine that our reality is almost inseparable of the media.

Key words: ICT, generational identity, elderly, media, memory.

Introdução

Desde o trabalho escrito por Mannheim, *Problem of the generations* (1952), a categoria de geração tem seguido um longo caminho passando por vários campos das Ciências Sociais até chegar, mais recentemente, aos estudos dos *media* através de Aroldi e Colombo (2007). Nessa linha de estudo, as pessoas pertencentes a uma mesma geração não podem ser identificadas somente por aspectos socio demográficos

como idade, gênero, educação ou ocupação profissional, mas também por uma série de outros fatores que coexistem entre si. Além de diferenças que poderiam ser explicadas por escolhas pessoais e opções de estilo de vida, há um fundo comum resultante do fato das pessoas compartilharem o mesmo ambiente cultural, social e histórico além de terem experiências relacionadas com os meios de comunicação muito semelhantes, através do consumo de seus conteúdos e acesso às tecnologias.

Nesse processo, destacamos os *media* como elemento de especial importância e alvo de análise neste trabalho: “*Media play different roles at different moments of this social construction of a shared identity, and that these roles are strongly affected by a lot of variables, both socio-cultural and technological*” (Aroldi, 2011, p. 52). Indivíduos que compartilharam um mesmo conteúdo mediático formam consciências individuais que atuam como formas de socialização é definido por Aroldi e Colombo (2007) como *Gestalt*: uma maneira peculiar de perceber, interpretar e avaliar situações sociais, históricas e fenômenos culturais.

Portanto, os *media* assumem um papel relevante dentro desse processo onde memórias históricas e os meios de comunicação estão estreitamente ligados. Jornais, programas televisivos, filmes, livros, revistas, entre outros, podem servir como referência para toda uma geração. Experiências individuais podem ser compartilhadas e identificadas por pessoas que nunca se conheceram, mas que vivenciaram situações semelhantes, mesmo que em diferentes contextos.

Assim, para além de fatores relacionados a características particulares de cada indivíduo, existe também a influência da chamada “*biografia midiática*”, onde a experiência que as pessoas possuem com os *media*, o desenvolvimento histórico do sistema mediático, a inovação, domínio e disseminação das tecnologias de informação e comunicação, e dos produtos mediáticos podem influenciar no conceito de identidade geracional.

Este trabalho empírico tem como base os relatos de pessoas nascidas entre 1940 e 1952, com o objetivo de tentar entender qualitativamente se indivíduos pertencentes a uma mesma faixa etária, porém com trajetórias de vida diferentes, são capazes de se identificarem como pertencentes a uma mesma geração. Também tentaremos perceber como essas pessoas usam os meios de comunicação como ferramenta de construção da sua identidade coletiva. Assim, pretendemos discutir *media*, geração, memória e, mais especificamente, como esta relação pode influenciar na construção de uma identidade geracional (Aroldi, 2011).

Metodologia

Para a recolha dos dados analisados neste artigo, foi utilizado a metodologia conhecida como grupo focal. A maioria dos autores concorda que a principal vantagem dessa abor-

dagem é a interação dos entrevistados com o objetivo de gerar informações (Kitzinger, 1995; Morgan, 1996; Merton *et al.*, 1990). De acordo com David Carey (1996, p. 226) grupo de foco pode ser entendido como uma técnica imprecisa que consiste em “uma sessão em grupo semi-estruturada, moderada por uma líder, realizada em um local informal com o propósito de coletar dados sobre um determinado tópico”.

David Morgan (Morgan, 1996, p. 130) define essa metodologia a partir de três componentes principais: “primeiro, como um método de pesquisa com o objetivo de geral conteúdo; segundo, a interação no grupo de discussão é a fonte dessas informações; e terceiro, essa metodologia permite o investigador manter um papel ativo ao conduzir a discussão”. Essa metodologia qualitativa é particularmente útil para refletir sobre realidades sociais e culturais, pois podemos aceder à experiências, significados, entendimentos, assim como a atitudes, opiniões, conhecimentos e crenças. Kitzinger (1995) resume a função essencial dessa técnica ao dizer que

a ideia por trás do método grupo de foco, é que esse processo pode ajudar as pessoas explorarem e clarificarem suas opiniões mais facilmente do que em uma entrevista individual. Quando a dinâmica do grupo funciona bem, os participantes trabalham lado a lado com o investigador, conduzindo a pesquisa para uma nova e, muitas vezes, inesperada direção (p. 229).

Esse método foi escolhido por agir como uma eficiente maneira de suscitar o processo de “lembrar”, pois as memórias foram facilmente e mutuamente induzidas durante a sessão. Então, as perguntas abertas e a possibilidade de se expressarem livremente produziram informações que, de outra forma, seriam difíceis de alcançar. A recolha de dados foi realizada no Lar de Idosos do Sindicato dos Bancários do Sul e Ilhas, onde cinco dos seis entrevistados residem, sendo a exceção o homem de 66 anos. Analisamos e interpretamos suas memórias de acontecimentos históricos e sociais nas décadas de 60, 70, 80 e 90, escolhidas por corresponder a períodos da infância e quando ainda estavam no mercado de trabalho, para além de serem períodos de importantes acontecimentos da história recente portuguesa. Levamos em consideração seus trajetos de vida e experiências pessoais, além de suas ligações com os meios de comunicação. Estivemos atentos não só ao discurso produzidos pelos entrevistados, mas também a possíveis

gestos e mudanças no tom de voz que pudessem revelar informações significativas.

A discussão em grupo teve duração de uma hora e meia e foi organizada a partir de cinco tópicos: a) breve explicação sobre os motivos da pesquisa; b) apresentação dos participantes; c) memórias e representações das décadas de 60 e 70; d) Memórias e representações das décadas de 80 e 90; e) formulação da ideia de unidade geracional. As questões que compunham os questionários foram desenvolvidas com o objetivo de explorar pontos fundamentais como: experiência histórica, repertórios culturais, experiência biográfica, atmosfera social em que estavam, consumo de conteúdos midiáticos, discursos de identidade.

O áudio foi gravado, transcrito e, para análise das informações, foi utilizado um programa informático que permitiu a identificação e classificação de padrões. Considerando importante entender as perspectivas individuais sobre cada uma das questões abordadas, foi aplicado um questionário que proporcionou informações complementares e algumas características de suas vidas atuais relacionadas com o consumo de conteúdos midiáticos.

A discussão foi feita a partir do ponto de vista das pessoas que participaram neste trabalho. Portanto, buscamos heterogeneidade para a pesquisa e, conseqüentemente, tentamos formar o grupo com perfis diversos. Este grupo foi composto levando em consideração, além da idade, outros aspetos como:

1. Localização geográfica (Pessoas que viveram em grandes cidades e em pequenas localidades);
2. Gênero (2 homens e 4 mulheres);
3. Escolaridade elevada (Ensino secundário ou curso superior);

4. E, finalmente, pessoas que tenham passado sua juventude em Portugal.

Identidade geracional e memória

Para entendermos o conceito de geração devemos considerar duas perspectivas distintas, mas que muitas vezes estão sobrepostas (Loos *et al.*, 2012):

1. Geração entendida como um *período específico da vida*, como, por exemplo, estar aposentado;

2. Geração entendida como uma faixa etária, que indica que todas as pessoas nascidas durante dois períodos de tempo específicos pertencem a uma geração também específica.

No entanto, Edmunds e Turner (2005) dão uma definição mais complexa ao afirmarem que geração é “an age cohort that comes to have social significance by virtue of constituting itself as cultural identity” (p. 7), onde características biográficas são combinadas com aspetos históricos e culturais ligando pessoas de uma mesma faixa etária a experiências históricas específicas, desenvolvendo hábitos de consumo similares.

Experiências individuais podem ser compartilhadas e identificadas por indivíduos que nunca se conheceram, mas que presenciaram situações semelhantes, mesmo que em diferentes contextos. Características sociodemográficas também devem ser levadas em consideração como é o caso do gênero, educação, capital cultural, condições econômicas e mesmo geográficas (Azevedo, 2012).

Geração é um fenômeno social que representa nada mais do que um tipo particular de identidade, que abraça grupos etários relacionados e incorporados em um processo histórico

Tabela 1: Características do grupo focal

Table 1: Characteristics of focus groups

Nome	Gênero	Idade	Ocupação antes da aposentadoria	Onde nasceu	Escolaridade	Estado civil
Daniel	Masculino	66 anos	Juíz	Porto	Licenciatura	Casado
João	Masculino	71 anos	Bancário	Marco de Canaveses	Ensino Médio	Casado
Adelaide	Feminino	71 anos	Bancária	Lisboa	Ensino Médio	Viúva
Paula	Feminino	71 anos	Bancária	Torres Novas	Ensino Médio	Viúva
Ana	Feminino	70 anos	Bancária	Castelo Branco	Ensino Médio	Viúva
Helena	Feminino	70 anos	Bancária	Lisboa	Ensino Médio	Viúva

social (Mannheim, 1952). Mannheim define unidade geracional como algo que representa muito mais um vínculo concreto do que uma geração por si só, onde jovens que experimentaram os mesmos problemas históricos específicos, talvez possam ser reconhecidos como parte da mesma geração. Enquanto grupos dentro de uma mesma geração que interpretam experiências comuns de modos diferentes, constituem unidades geracionais separadas.

Pessoas que partilharam um mesmo conteúdo midiático formam consciências individuais que atuam como formas de socialização, uma maneira peculiar de perceber, interpretar e avaliar situações sociais, históricas e fenômenos culturais (Aroldi e Colombo, 2007). Portanto, uma geração se reconhece como tal, quando é capaz de produzir um discurso semelhante compartilhado entre seus membros. Não é simplesmente crescer juntos, mas também, de maneira espontânea, observar que o outro interpreta e articula determinados tópicos de uma maneira similar (Corsten, 1999). O que é definido aqui é o conceito de semântica geracional entendida como recursos, modelos de interpretação, princípios, avaliações e dispositivos linguísticos de forma que uma experiência partilhada é tematizada e traduzida em discursos do cotidiano.

Dhunpath (2000) diz que “abordar as histórias de vida é, provavelmente, a única forma autêntica para entender motivos e práticas e, ao mesmo tempo, refletir sobre as experiências individuais e sociais”. Carol Witherall e Noddings (1991) defendem o uso das histórias de vida como uma eficiente ferramenta de pesquisa e sugerem que

contar a nossa história pode ser caótico e libertador, entretanto, é mais que isso. Histórias são poderosas ferramentas de pesquisa. Elas nos proporcionam uma imagem real das pessoas, em situações reais, se debatendo com problemas reais. Elas eliminam as indiferenças geradas por amostragens e nos convidam a especular sobre o que pode ter mudado e com qual efeito. É claro, elas nos lembram das nossas fraquezas e mais importante ainda, elas nos convidam a lembrar que estamos ensinando, aprendendo e pesquisando para melhorar a condição humana (p. 280).

Nesse processo, destacamos o conceito de memória que tem sido alvo de pesquisa há séculos. Os estudos de Maurice Halbwachs (1950) ajudaram a entender os diferentes elementos que compõem o conceito de memória e além disto, foi o primeiro estudioso a falar

de “memória coletiva”. Para ele “l'idée que d'éléments aussi personnels et particuliers de notre vie qui nous sont toujours le plus présents ont aussi marqué dans la mémoire des groupes qui nous tiennent de plus près et ainsi, nous pouvons nous appuyer sur la mémoire des autres quand nous le voulons, de nous les rappeler” (Halbwachs, 1950, p. 22). De acordo com seu pensamento, a memória de um indivíduo está ligada a grupos, à sociedade e a suas instituições, portanto o *outro* é um elemento imprescindível para a memória individual.

Dentro deste contexto, a linguagem é um fator importante no processo de lembrar e relatar informações dentro de um grupo. De acordo com Bosi (1979) a linguagem é uma ferramenta socializadora da memória, porque reduz, unifica e aproxima no mesmo espaço experiências diversas. Para Halbwachs (1950) verbalizar uma lembrança transforma uma memória individual em social porque coloca no ato de lembrar convenções sociais associadas a um determinado grupo.

Memória cultural é baseada na comunicação transmitida de pessoa para pessoa através dos *media*, muitas vezes gerada pela oralidade, uma forma básica de comunicação, mas também por outras formas mais sofisticadas como a escrita, filmes ou mesmo a internet que contribuem para alargar o ato de lembrar tanto espacial como temporalmente. Os *media* ficcionais como as telenovelas, filmes são caracterizados pelo poder da imaginação coletiva do passado. Memória cultural é constituída por diferentes meios que operam em diferentes sistemas simbólicos: textos religiosos, pinturas históricas, documentários, por exemplo. Cada um deles tem uma maneira específica de lembrar eventos históricos e sociais e de deixar suas próprias marcas nas memórias que cria.

Portanto, esta memória coletiva/individual tem importância fundamental para o sentido de identidade, onde um grupo com passado comum, que compartilhou os mesmos eventos históricos, possui lembranças semelhantes contribuindo para o sentido de pertença geracional.

Análise

De acordo com Mannheim (1952), uma geração surge a partir de grandes acontecimentos e mudanças sociais vividas, principalmente, durante a infância e a juventude. Segundo o mesmo autor, pessoas que durante a sua juventude, em seus anos de formação, enfren-

taram os mesmos problemas históricos concretos podem ser considerados como pertencentes a uma mesma geração. Aroldi (2011, p. 4) acrescenta ao dizer que “the affinity between individuals belonging to the same generation unit therefore appears in their sharing of the same contents that constitute the consciousness of the individual members and act as factors of socialization within the group”.

Nessa perspectiva, um acontecimento histórico marcante e que surgiu por diversas vezes no discurso dos entrevistados foi a ditadura e a guerra colonial portuguesa. Nesse período, Portugal passou por momentos políticos, sociais e econômicos únicos que marcaram toda uma geração. Mais de 150.000 portugueses envolveram-se em frentes de batalha da guerra colonial e ambos os entrevistados do sexo masculino vivenciaram diretamente eventos relacionados com a guerra ultramarina e colônias portuguesas.

Sobre a guerra do ultramar eu posso falar na primeira pessoa. Fui chamado à tropa (...) e saímos daqui no dia quatro e só chegamos no dia 14 [em Angola]. Foram 10 dias de barco e eu estive ali três anos (João, 71 anos).

Quando começou a guerra na década de 60 houve muitos contingentes que iam para o ultramar. Eram situações em que os portugueses estavam divididos entre Portugal e as províncias ultramarinas. Eu cumpri serviço militar em Timor e estive lá até a revolução pela independência (Daniel, 66 anos).

Ainda relacionado com a ditadura portuguesa, os participantes do grupo de foco falaram das suas experiências com os meios de comunicação dessa época. Percebemos um capital cultural elevado representado pelo hábito de ouvir rádio estrangeira como alternativa de comunicação para fugir à censura que era imposta em Portugal nesse período. Os entrevistados destacaram as dificuldades que existiam para aceder à informação, ao mesmo tempo que fizeram um antagonismo com os dias atuais. Apesar de não desvalorizarem sua infância, reconheceram que ser jovem hoje é vantajoso, pois vivem em um ambiente tecnológico que proporciona grande facilidade para comunicar.

Quem queria saber o que se passava cá tinha que ir para a BBC. Devagarinho que era para não se ouvir cá fora na rua. Isso na rádio (Adelaide, 71 anos).

Eu, por exemplo, estava em Luanda no 25 de Abril. A informação era tão filtrada que eu soube

que tinha havido uma revolução em Lisboa por uma emissora de Brazzaville. “Il est-arresté” [Irisos]. Eu ouvi o noticiário em francês. Só dois dias depois é que noticiaram (João, 71 anos).

Não havia liberdade de imprensa nessa altura, os filmes só podiam passar aqueles que tinham uma visão de censura, não havia conteúdos livres como atualmente existe (Daniel, 66 anos).

Interpretar a categoria de geração do ponto de vista da educação é especialmente útil, pois evita o risco excessivo de uma análise rígida de identidade geracional como um produto unicamente da história, de eventos demográficos ou como fruto de um processo autônomo com falta de conexão com as gerações precedentes e posteriores. Assim, um forte traço geracional que identificamos na realização deste trabalho foi a dificuldade de acesso à educação formal. Para entendermos melhor, nos anos 1960, 34% da população portuguesa, com idade entre 15 e 64 anos, era analfabeta. Portanto, os participantes demonstraram de forma unânime, dificuldades para completarem seus estudos. Constatamos que apesar dos entrevistados não se conhecem no momento em que descreveram esses acontecimentos, falaram mutuamente, reconhecendo nos relatos dos outros, as suas próprias experiências relacionadas à educação.

Portanto, a partilha da memória tem aqui um papel importante no reconhecimento de pertencerem a uma mesma geração que passou pelas mesmas dificuldades e constrangimentos. No entanto, a influência do trajeto de vida de cada um não deve ser excluído, como podemos ver a seguir em uma discussão sobre as dificuldades para estudar em Portugal nos anos 60.

No ano 60 fiz eu a quarta classe aprovado com distinção. Ai apareceu lá uma senhora: “é uma pena o João não continuar a estudar”. Mas meu pai era um agricultor “como é que eu posso colocá-lo para estudar?” “tem que o levar para o seminário, até se faz um padre”. Em 1961 fui fazer o exame de admissão e fui para o seminário (João, 71 anos).

Ao meu marido aconteceu precisamente a mesma coisa porque meu sogro era um simples alfaiate da aldeia. Quando é que ele tinha dinheiro para estudar? Coitado! Fez o seminário todo (Paula, 71 anos).

Eu fiz o terceiro ano do liceu e o colégio era misto e o senhor ministro [expressão irônica], fez a separação dos sexos. Ele escolheu os rapazes e eu fui

para a rua. Dificultavam. Muito analfabetismo. Só vim terminar o sétimo ano depois de estar no banco. Era a dificuldade que o regime de Salazar impunha a quem queria estudar. A maior parte daquelas que estudavam eram porque tinham dinheiro (Adelaide, 71 anos).

As pessoas que pertencem a uma mesma geração tiveram experiências únicas quando tinham idades semelhantes, como referem Edmunds e Turner (2005), e possuem lembranças e fortes impressões de como a vida era. Consequentemente, quando se é idoso a visão da vida é influenciada por esses mesmos eventos e memórias. Assim, períodos marcantes de suas histórias pessoais foram amplamente referidos durante as entrevistas e alguns estiveram relacionados com a Segunda Guerra Mundial e a ditadura.

Uma coisa que me impressionou muito foi a II Guerra Mundial. E à noite, um simulacro como se fosse um ataque aéreo e então andavam os legionários com aquelas botas “bum, bum, bum” pelas ruas afora. Na ditadura, um dos meus irmãos ainda foi preso pela PIDE, mas porque andava nas ruas e não porque estivesse integrado nos acontecimentos da atualidade, depois soltaram-no (Ana, 70 anos).

Tinha um primo que tem o nome numa rua de Lisboa pós 25 de Abril, porque foi preso naquela altura dos engenheiros. Estava o rapaz tomando banho e foi lá a PIDE levá-lo e esteve dois anos em Caxias (Paula, 71 anos).

Como podemos observar logo à frente, um outro aspecto importante relacionado com a memória individual e coletiva é a sua ligação com os lugares, pois, é uma importante maneira de construir e reconstruir lembranças (Kessel, 2004). Como se sabe, os estudos sobre *media* e audiência demonstraram diferenças significativas sobre os modos de recepção de produtos culturais que são determinados por uma série de fatores dependentes de variáveis sociodemográficas como classe, gênero, idade, grupos socioculturais, o contexto em que esses produtos foram consumidos (na família, entre amigos, etc.) e a localização geográfica (Aroldi e Colombo, 2007).

Portanto, verificamos que o lugar onde os participantes do grupo de foco viviam foi um dos aspetos de diferenciação entre eles no que diz respeito ao consumo dos *media*, pois em alguns casos, tinham acesso aos meios de comunicação de maneira limitada uma vez que moram em regiões do país bastante isoladas.

Por outro lado, aqueles que viviam nos grandes centros, como Lisboa e Porto, beneficiaram da facilidade em aceder a conteúdos culturais e mediáticos.

Para o médico vir em minha casa, meu pai teve que pedir o cavalo do moleiro emprestado, não podia vir de carro porque não havia nem carro, nem estrada (...) O jornal, o único que havia lá na terra, era o padre que distribuía e se chamava “A Voz do Pastor”. Era por lá que sabíamos as notícias todas. Minha vida era diferente, Cultura passava ao lado de tudo, só se juntavam as pessoas em volta de igreja (João, 71 anos).

Minha mãe era funcionária de uma emissora. Portanto, todos os espetáculos que houvesse e que atuasse a orquestra da emissora, eu não perdia. Era balé no São Carlos, era o Rubem de Paíme, vi o Vianna da Motta na última vez que ele atuou. Quer dizer, eu não perdia nada (Paula, 71 anos).

O conceito de domesticação também foi observado neste trabalho. Autores da área dos estudos dos *media* utilizam esta terminologia como metáfora para pensar as tecnologias relacionadas com a economia moral de uma família (Silverstone, 2006). A domesticação é, portanto, numa primeira instância, trazer para casa tecnologias, ideias ou informações num processo de consumo que pode moldar comportamentos sociais ajudando na construção de uma identidade individual e coletiva dentro de uma sociedade, tanto na esfera privada como pública.

A televisão portuguesa foi lançada em 1957, mas a domesticação massiva desse meio de comunicação só aconteceu depois de 1974, momento em que passou a existir maior liberdade de expressão para os debates políticos, mas também marcado pela chegada das telenovelas brasileiras e na década seguinte, 1980, a introdução da TV a cores. Assim, a televisão teve um papel importante na discussão e era vista como sinal de modernidade naquela época, uma parte importante do cotidiano das pessoas.

Como observamos no depoimento a seguir, esse processo de domesticação deu-se de diferentes maneiras entre os componentes do grupo focal. Para alguns, a introdução destas tecnologias em suas vidas foi facilitada por pertencerem a famílias com condições financeiras elevadas e por viverem em grandes cidades, chegando a servirem de facilitadores de acesso para outras pessoas que não possuíam televisão.

Nós já tínhamos televisão, em 7 de março de 56 foi oficializada e eu já tinha televisão antes.

Eu tinha desde o início. Então à noite tinha os vizinhos todos em casa. Aos sábados e domingo eram as crianças. Lembro-me que na minha sala tinham uns 30 e tal miúdos sentados a ver televisão (Helena, 70 anos).

- Mário Soares estava no governo, veio a Gabriela e tudo ficou calmo. Toda a gente via a Gabriela (Adelaide, 71 anos).

- Foi a primeira telenovela que nós vimos cá (Helena, 70 anos).

- A Gabriela Cravo e Canela. Havia tanta gente a querer imitar aquele personagem (João, 71 anos).

- Depois a Escrava Isaura (Helena, 70 anos).

- Até se parava as sessões no parlamento (Adelaide, 71 anos).

- No parlamento, sim senhora, é verdade, na Assembleia da República, chegavam a parar à hora da telenovela Gabriela (João, 71 anos).

Naturalmente o local onde se encontravam em determinado momento de suas vidas, ou mesmo a sua situação financeira, pode ter facilitado ou, o contrário, ter limitado o contacto com os meios de comunicação. No entanto, também notamos através de seus relatos, que estes não eram fatores determinantes, pois buscavam alternativas para contornar situações menos favoráveis relacionadas com o conceito de domesticação.

Em minha casa não havia rádio. Onde havia rádio era onde eu ia para a escola. Atravessava uma ribeira, uma passagem de nível de um comboio, na Estação da Liberação passávamos por baixo do comboio. E lá no bar tinha um rádio onde nós ouvíamos os relatos de futebol. Mais tarde quando queríamos ver televisão íamos para um bar que havia na foz (na cidade do Porto), tínhamos que fazer o consumo mínimo obrigatório que era beber um café. O café custava 12 tostões, mas depois subiu para 15 tostões, e dizia "Então o café já subiu?" (João, 71 anos).

O primeiro gira disco que eu tive foi um com uma caixa muito velha, depois coloquei para funcionar e até pedi um disco emprestado que era para ver se funcionava e estive muitos meses só com esse disco (Daniel, 66 anos).

Os estudos de audiência apontam que para essa faixa etária a televisão é uma variante importante na determinação de pertença geracional (Aroldi e Colombo, 2007). Desta forma, para além da idade, os membros de uma mesma geração compartilham o mesmo panorama cultural assim como o mesmo sistema e produtos midiáticos. Isto significa que determinar se membros de uma certa geração possuem a capacidade de interpretar conteúdos midiáticos de maneira se-

melhante é um aspeto importante para identificar membros de uma mesma geração.

Essa teoria sustenta as informações empíricas desta pesquisa, pois, quando a discussão do grupo de foco centrou-se neste assunto, surgiu uma grande quantidade de informações de maneira muito natural e algumas vezes compartilhadas com nostalgia entre os entrevistados. Estas memórias possuem raízes em alguns programas populares da época e que ainda são usados como padrões para a interpretação e avaliação da oferta atual como é o caso do Festival da Canção.

- O programa que deu dobrado era o Zip-Zip. Eram programas muito interessantes e tinham muita audiência. Havia séries... era o Bonanza. Era uma série que muita gente gostava. Havia o Perrie Madson, o Santo. São programas que fazer parte da própria história da televisão. Também havia o festival da Eurovisão (Daniel, 66 anos).

- Ah sim, da Eurovisão, o festival, eram lindas as canções (Ana, 70 anos).

- E naquele tempo não era como agora que ninguém liga. O país propriamente parava. Esses programas eram muito acompanhados (Daniel, 66 anos).

- Agora esses festivais são uma miséria (Ana, 70 anos).

- Lembro-me do Antônio Calvário, um cantor em voga na época, Madalene Iglésias, tinha a Simone de Oliveira. Esses três ainda são vivos. Eram programas que eram o suprasumo na altura, cativavam muito a sociedade portuguesa (Daniel, 66 anos).

De acordo com Aroldi e Colombo (2007), estudos revelaram a importância de uma primeira fase de socialização para o uso de uma meio de comunicação, pois uma pessoa que acompanha o surgimento de uma nova tecnologia, por exemplo, durante seus anos formativos – infância, juventude ou início da idade adulta – tende a considerar esse meio como parte integrante de sua cultura. Os autores citam como exemplo a televisão para a geração *baby-boomers* (nascidos nas décadas de 1950 e 1960). Portanto, o modelo que possuem como referência é aquela com que cresceram, ou seja, com poucos canais, quase nenhuma publicidade, em preto e branco e que fazia parte de um ritual familiar. Com relação às novas tecnologias de informação e comunicação, como é o caso do computador e da internet, para as gerações mais velhas, estão, muitas vezes, associadas ao desafio de acompanhar as inovações tecnológicas e também pelo sentimento de orgulho por terem visto o nascimento dessas tecnologias.

Eu tive sorte porque pude assistir o nascimento da informática. A primeira vez, comecei a rejeitar aquilo, porque tudo que é novo para nós, para nós que temos uma certa idade, faz-nos uma certa confusão, mas quando comecei a entender bem as coisas, comecei a adorar. Comecei a ver que com aquilo eu ia ter muito menos trabalho, ia fazer tudo muito mais depressa. (João, 71 anos)

Eu nunca estive na crista da onda das tecnologias. Eu ia adquirindo quando tinha necessidade. Comprei um computador quando vi que tinha necessidade, mas nessa altura já muita gente tinha computador. Telemóvel só tive um até hoje, ainda é daqueles preto e branco, em 2003 custou-me cerca de 500 euros. Ainda funciona bem (Daniel, 66 anos).

Como o grupo de foco era constituído, em sua maioria, por mulheres questões relacionadas com gênero foram mencionadas. Nos anos 60 somente 13% das mulheres trabalhavam e na década seguinte este número subiu para 19%. O fato de Portugal estar em guerra e em um momento em que a emigração era comum (principalmente entre pessoas do sexo masculino), as mulheres começaram a entrar no mercado de trabalho. Portanto, em um período da história portuguesa em que tinham um papel social muito limitado, essa nova visão da mulher trabalhadora gerou preconceitos e tabus sobre profissões consideradas menos aceitáveis.

- Também tinham profissões que eram... (João, 71 anos).

- Eram as artistas! (Adelaide, 71 anos).

- A Fernanda (sua primeira mulher) queria ser enfermeira e o pai não deixou, "as enfermeiras são todas umas rameiras" (João, 71 anos).

- Eu queria ser médica e meu pai não deixou (Helena, 70 anos).

- E as telefonistas também. Enfermeiras e telefonistas não se podiam casar. Juntavam-se porque o governo não deixava que elas casassem (Adelaide, 71 anos).

- O meio do teatro e do bailado também. Eu quando fiz o acadêmico, antes de ir para África, tinha uns 9 anos, tinha a Madame Braton que era uma professora de dança, e ela quis falar com a minha mãe, porque eu tinha jeito para o balé. Minha mãe me encontrava a frente do espelho, com a música a tocar "deus te livre agora ir mostrar as pernas para o teatro!" (Paula, 71 anos).

Conclusão

Na sequência das observações, constatamos que é indiscutível a forma como a nossa realidade tornou-se quase inseparável dos

meios de comunicação. As memórias relacionadas com as tecnologias midiáticas e hábitos de consumo durante os anos formativos contribuíram para dar forma ao conceito de unidade geracional. Certamente o fato de cinco dos seis entrevistados se conhecerem previamente, contribuiu para a formação de um ambiente mais relaxado o que favoreceu a interação e a produção de informação.

A pertinência do ato de lembrar pelas pessoas idosas é mais do que a memória de cada um, é também a memória da família, do grupo, da sociedade e de toda uma geração. Por isso, antes de tudo, devemos destacar a importância da memória para o desenvolvimento deste trabalho empírico, que serviu de suporte para as narrativas de cada um dos participantes desta pesquisa.

Quando dizemos: "isso aparecia na televisão e tudo", "lembro-me que via no noticiário", "eu assisti em direto pela televisão" já não é apenas uma opção que adicionamos informação para socializar e comunicar, é também verificamos que os *media* são usados como forma de sustentar a verdade no discurso oral, ajudando a pensar e agir. Assim, dentro de uma perspectiva científica social, entendemos que os meios de comunicação são importantes na construção de narrativas relacionadas à pertença geracional.

Portanto, para que um grupo de pessoas possuam uma mesma identidade geracional deve-se levar em consideração muito mais que características individuais de natureza socio-demográfica – como idade, gênero, educação, profissão –, mas sim considerar vários fatores em simultâneo como estilos de vida, biografia midiática, o ambiente que vivem, as redes sociais em que estão inseridos, as relações que possuem e que ajudam a determinar a experiência midiática e compartilhá-la com outras pessoas. Notamos que os processos históricos, o desenvolvimento tecnológico, os processos de domesticação e incorporação de novas tecnologias de informação e comunicação e tantos outros fatores culturais e sociais que podem influenciar a geração a que se pertence.

Nossas interpretações foram influenciadas por posições sociais, culturais, financeiras e até mesmo geográficas dos integrantes do grupo de foco. O fato de existir diferença de gênero entre os entrevistados possibilitou uma maior diversidade durante as discussões. Um capital cultural elevado (conhecimento de outras línguas, interesse por cultura, experiências com viagens), mesmo para padrões atuais, também

foi primordial para tornar o grupo focal mais interessante e produtivo.

O relacionamento com experiências históricas e culturais comuns e práticas de consumo dos *media* que adotamos ajuda-nos a concluir que os meios de comunicação são importante para definir unidade geracional. Naturalmente que diferenças óbvias que poderiam ser explicadas por escolhas pessoais e opções de estilo de vida, trouxe complexidade à definição de geração, mas não impede de nos identificarmos com “o outro”.

Bibliografia

- AROLDI, P. 2011. Generational belonging between media audiences and ICT users. In: F. COLOMBO; L. FORTUNATI (org.), *Broadband Society and Generational Changes*. Frankfurt, Peter Lang, p. 51-68.
- AROLDI, P.; COLOMBO, F. 2007. Generational belonging and mediascape in Europe. *Journal of Social Science Education*, 6(1):34-44.
- AZEVEDO, C. 2012. Gerações, audiência e representações mediáticas. *Revista Comunicando*, 1(1):4-17.
- BOSI, E. 1979. *Memória e Sociedade: lembrança de velhos*. São Paulo, Quatro, 484 p.
- CAREY, M. 1996. The group effect in focus groups: planning, implementing, and interpreting focus group research. In: J. MORSE (org.), *Critical Issues in Qualitative Research Methods*. London, Sage Publications, p. 225-241.
- CORSTEN, M. 1999. The time of generations. *Time and Society*, 8(2):249-272.
<http://dx.doi.org/10.1177/0961463X99008002003>
- DHUNPATH, R. 2000. Life history methodology: “narradigm” regained. *Qualitative studies in education*, 13:543-551.
- EDMUNDS, J.; TURNER, B. 2005. Global generations: social change in the twentieth century. *The British Journal of Sociology*, 5:559-577.
<http://dx.doi.org/10.1111/j.1468-4446.2005.00083.x>
- HALBWACHS, M. 1950. *La mémoire collective*. Paris, Press Universitaires de France, 105 p.
- KESSEL, Z. 2004. Memória e memória coletiva. Disponível em: http://www.museudapessoa.net/oquee/biblioteca/zilda_kessel_memoria_e_memoria_coletiva.pdf. Acesso em: 15/05/2012.
- KITZINGER, J. 1995. Introducing focus groups. *British Medical Journal*, 311:299-302.
<http://dx.doi.org/10.1136/bmj.311.7000.299>
- LOOS, E.; HADDON, L.; MANTE-MEIJER, E. 2012. *Generational use of new media*. England, Ashgate, 236 p.
- MANNHEIM, K. 1952. The problem of generation. In: K. MANNHEIM; P. KECSKEMETI (org.) *Essays on the sociology of knowledge*. London, Routledge and Kegan Paul, p. 276-320.
- MERTON, R.; FISKE, M.; KENDALL, P. 1990. *The focused interview: a manual of problems and procedures*. New York, Free Press, p. 200
- MORGAN, D. 1996. Focus groups. *Annual Review Sociology*, 22(11):129-152.
<http://dx.doi.org/10.1146/annurev.soc.22.1.129>
- SILVERSTONE, R. 2006. Domesticating domestication. Reflections on the life of a concept. In: T. BERKER; M. HARTMANN; Y. PUNIE; K. WARD. *Domestication of Media and Technology*. UK, Open University Press, p. 229-248.
- WITHERAL, C.; NODDINGS, N. 1991. *Stories lives tell: Narratives and dialogue in education*. New York, Teachers College Press, p. 290

Submetido: 23/09/2013
Aceito: 17/10/2013