



O uso de mídia e a trajetória da família: análise de duas famílias paulistas¹

Aline Cristina CAMARGO²
Camila Fernandes de OLIVEIRA³
Universidade Estadual Paulista, Bauru, SP

RESUMO

A trajetória de vida de um indivíduo e como isso influencia a trajetória de sua família revelam muito sobre a sociedade e o contexto histórico em que está inserido. Considerando as definições de geração de Mannheim (1982) e os resultados da última Pesquisa Brasileira de Mídia, esse artigo analisa, utilizando a entrevista em profundidade como metodologia, a trajetória de vida de quatro membros de duas famílias distintas observando como os indivíduos se desenvolveram profissionalmente, como é a sua relação com a família, e principalmente como são os seus hábitos de mídia e como eles se alteraram durante sua vida.

PALAVRAS-CHAVE: consumo de mídia; família; gerações.

INTRODUÇÃO

A história e trajetória familiares são compostas pelos fragmentos individuais de seus membros e são suas narrações documentais que comprovam a não linearidade dos cursos da vida. Cada um dos indivíduos que constituem a rede familiar não é um ponto isolado ou exclusivamente responsável por sua própria subjetividade e *habitus*. Ele é uma das peças influenciadas pela socialização na família, na própria sociedade e pelos capitais adquiridos ao longo do tempo. Igualmente, esse indivíduo influencia, direta ou indiretamente, os caminhos seguintes que definem a história da família.

Um dos aspectos que permeia a história de vida de um indivíduo e de sua família é o uso de mídia. Quando observamos uma família e o seu relacionamento com os meios de comunicação notamos a influência do desenvolvimento tecnológico desses meios e como o cotidiano da sociedade se alterou por causa desses avanços no último século, ou ainda, nos últimos cinquenta anos.

As semelhanças e diferenças no uso de mídia entre gerações foi um dos temas abordados na disciplina Seminários de Pesquisa, ministrada pelo professor visitante da Universidade do Texas Dr. Joseph Straubhaar, em setembro de 2014, no programa de

¹ Trabalho apresentado no DT 6 – Interfaces da Comunicação ou DT 8 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 19 a 21 de junho de 2015.

² Mestranda do Curso de Pós-Graduação em Comunicação Midiática da Faac-Unesp, email: alinecamargo20@gmail.com.

³ Mestranda do Curso de Pós-Graduação em Comunicação Midiática da Faac-Unesp, email: oliveiraCamila@gmail.com.



Pós-Graduação em Comunicação Midiática da Unesp. Como trabalho final da disciplina, realizamos juntamente com duas alunas do curso de Relações Públicas da mesma faculdade - Ana Carolina Feliciano e Lya Beatriz Pelegrini - entrevistas que permitiam essa observação, o que serviu de base para a construção deste artigo.

Como metodologia, adotamos a entrevista em profundidade para delinear a história de vida das famílias. Duarte (2009, p. 62) salienta que “a entrevista em profundidade é um recurso metodológico que busca, com base em teorias e pressupostos definidos pelo investigador, recolher respostas a partir a experiência subjetiva de uma fonte, selecionada por deter informações que deseja conhecer”.

As entrevistas nos permitem diferentes níveis de interpretação – como em qualquer outra história – de uma mesma realidade e as formas como pessoas diferentes se relacionam com ela. As interpretações se apresentam ora contraditas e, por vezes, complementares com interpretações comuns. (GONZALES, 1995). A partir das interpretações da vivência do outro, da própria vivência e do mundo se fazem observáveis as trajetórias do uso de mídias entre as gerações de duas famílias distintas, sendo possível notar as semelhanças que unem cada geração assim como as diferenças proporcionadas pelos contextos distintos.

CONCEITO DE GERAÇÃO

De acordo com Mannheim (1980) a visão de mundo é criada a partir de “uma série de vivências ou de experiências ligadas a uma mesma estrutura, que por sua vez constitui-se como base comum das experiências que perpassam a vida de múltiplos indivíduos” (1972, p. 101).

Considerando a complexidade da realidade, as experiências vividas pelas diferentes gerações acontecem de forma diversa e estratificada entre seus membros. Para Mannheim (1982, p. 81), as gerações participam, antes de tudo, somente de uma seção temporalmente limitada do processo histórico no qual estão “similarmente situadas”; na medida em que todos estão expostos à mesma fase do processo coletivo, partilham das mesmas formas de manifestação. Sendo assim, “o fato de as pessoas nascerem ao mesmo tempo, ou seja, estarem vivendo sua juventude, maturidade e velhice, não quer dizer que partilham por si só uma similaridade de situação. O que cria uma situação comum é elas estarem numa posição para experienciar os mesmos acontecimentos” (SOUSA, 2006, p. 14).



Mannheim (1982) ressalta que uma mesma contemporaneidade cronológica não pode, por si própria, produzir uma situação de geração comum. Somente quando os contemporâneos estão definitivamente em posição de partilharem de certas experiências comuns como um grupo integrado podemos falar corretamente de similaridade de situação de uma geração. “A mera contemporaneidade torna-se significativa sociologicamente apenas quando envolve também a participação nas mesmas circunstâncias históricas e sociais” (MANNHEIM, 1982, p. 80)

Outro aspecto importante da abordagem feita pelo autor refere-se à necessidade da transmissão constante da herança cultural. Nesse sentido, um fato constatável é que as crianças e os jovens, em comparação com os adultos, são mais receptivos a novas influências, assimilação de novos hábitos e atitudes. O mais instigante desse processo que ocorre na relação entre jovens e adultos, analisado por Mannheim, está na transição ininterrupta das gerações, que permite às gerações mais velhas se tornarem cada vez mais receptivas às influências das mais novas, “resultante da dialética entre elas a partir do caráter dinâmico, mutável da própria sociedade”, afirma o autor (1982, p. 85).

Ao analisar a especificidade do convívio dos indivíduos interligados pela unidade geracional, o autor chama a atenção para o fato de a unidade de uma geração não consistir em uma adesão voltada para a criação de grupos concretos, preocupados em constituir uma coesão social, ainda que, ocasionalmente, algumas unidades geracionais possam vir a constituir grupos concretos, tais como os movimentos juvenis, entre os quais poderíamos citar o movimento estudantil de 1968. Mas à parte desses casos específicos, nos quais a conexão geracional pode levar à formação de um grupo concreto, Mannheim destaca ser ela uma mera conexão, ou seja, casualmente os indivíduos pertencem a ela, mas não se percebem como um grupo concreto (1982, p. 124).

Sousa (2006) questiona: se a ideia de geração não está associada a um grupo concreto, à família e nem à estrutura de uma organização, quais elementos produziram esse vínculo geracional? Mannheim recorre a uma categoria social a princípio distinta, mas que apresenta semelhanças com a conexão geracional: a situação de classe. Essa posição se fundamenta pela presença de um ritmo biológico na existência humana e apresenta semelhanças com a “situação de classe”, na qual as condições socioeconômicas constituem uma base comum.

A situação de classe e a situação geracional (o pertencimento mútuo a anos de nascimento próximos) tem em comum – como consequência de uma posição específica



ocupada pelos indivíduos por ela atingidos no espaço de vida sócio-histórico –, a limitação desses indivíduos a um determinado campo de ação e de acontecimentos possíveis, produzindo, dessa forma, uma forma específica de viver e de pensar (MANHEIM, 1982).

O que define a posição geracional não é um estoque de experiências comuns acumuladas de fato por um grupo de indivíduos, mas a possibilidade ou “potencialidade” de poder vir a adquiri-las. Ou seja, dentro de uma determinada geração está implícita a ideia na qual as condições para a vivência de um conjunto de experiências comuns já estão dadas. Se os indivíduos irão “despertar” essa potencialidade imanente é um aspecto, que, dependerá, por sua vez, de outros fatores sociais.

CONSUMO DE MÍDIAS

A Pesquisa Brasileira de Mídia, da Secretaria de Comunicação da Presidência da República (SECOM) divulgada este ano, indicou que a televisão segue como meio de comunicação predominante entre os brasileiros. 95% dos entrevistados afirmaram ver TV, sendo que 73% têm o hábito de assistir diariamente (BRASIL, 2015). O rádio é o segundo meio de comunicação mais utilizado pelos brasileiros. Seu uso caiu na comparação entre a PBM 2014 para a PBM 2015 (de 61% para 55%). Em compensação, aumentou a quantidade de entrevistados que dizem ouvir rádio todos os dias, de 21% em 2014 para 30% em 2015.

Praticamente a metade dos brasileiros, 48%, usa internet. O percentual de pessoas que a utilizam todos os dias cresceu de 26% na PBM 2014 para 37% na PBM 2015. Mais do que as diferenças regionais, são a escolaridade e a idade dos entrevistados os fatores que impulsionam a frequência e a intensidade do uso da internet no Brasil. Entre os usuários com ensino superior, 72% acessam a internet todos os dias. 65% dos jovens na faixa de 16 a 25 se conectam todos os dias, em média 5h51 durante a semana, contra 4% e 2h53 dos usuários com 65 anos ou mais. O uso de aparelhos celulares como forma de acesso à internet já compete com o uso por meio de computadores ou notebooks, 66% e 71%, respectivamente. O uso de redes sociais influencia esse resultado. Entre os internautas, 92% estão conectados por meio de redes sociais, sendo as mais utilizadas o Facebook (83%), o Whatsapp (58%) e o Youtube (17%), evidencia a pesquisa (BRASIL, 2015).



O percentual de brasileiros que leem jornais ao menos uma vez por semana permaneceu estável entre 2014 e 2015: 21%. Apenas 7% leem diariamente. O uso de plataformas digitais de leitura de jornais ainda é baixo: 10%. 13% dos brasileiros leem revistas durante a semana, número que cresce com o aumento da escolaridade e da renda dos entrevistados. As versões impressas (70%) são mais lidas do que as versões digitais (12%).

Quando o assunto é confiança nos diferentes meios de comunicação os jornais lideram a pesquisa: 58% confiam muito ou sempre, contra 40% que confiam pouco ou nunca. No caso da TV, 54% confiam muito ou sempre, contra 45% que confiam pouco ou nada. No caso do rádio, 52% confiam muito ou sempre, contra 46% que confiam pouco ou nunca. Dentre os veículos tradicionais, a revista é o único que inverte essa equação: 44% confiam muito ou sempre, contra 52% que confiam pouco ou nunca. Já em relação às novas mídias, reina a desconfiança. Respectivamente, 71%, 69% e 67% dos entrevistados disserem confiar pouco ou nada nas notícias veiculadas nas redes sociais, blogs e sites.

METODOLOGIA

O modelo de entrevista adotado foi o semi-aberto, enquanto tínhamos um objetivo definido sobre alguns dos temas que precisávamos que fossem abordados, as perguntas eram abertas, garantindo alguma liberdade ao entrevistado. Como define Duarte (2009):

“As questões, sua ordem, profundidade, forma de apresentação, dependem do entrevistador, mas a partir do conhecimento e disposição do entrevistado, da qualidade das respostas, das circunstâncias da entrevista. [...] A entrevista é conduzida, em grande medida, pelo entrevistado, valorizando seu conhecimento, mas ajustada ao roteiro do pesquisador” (p. 66).

Duarte (2009, p. 67) ressalta que uma das vantagens da entrevista semi-aberta é que ela permite “criar uma estrutura para comparação de respostas e articulação de resultados auxiliando na sistematização das informações fornecidas por diferentes informantes. O roteiro de questões chaves serve, então, como base para a descrição e análise em categorias, como se verá adiante”.

Uma sugestão de roteiro de perguntas foi definida durante a disciplina, e dividia-se em duas seções principais, a primeira sobre a trajetória de vida e a segunda sobre os hábitos de mídia. Sobre a trajetória, as questões buscavam delinear o perfil de mudanças



de bairro, cidade, estado, a formação educacional e profissional, os costumes da família e a visão de geração. As questões de mídia procuravam saber tanto qual era a mídia mais consultada em cada situação cotidiana como também contavam com questões direcionadas para conhecer o uso de TV, Internet, videogames, redes sociais e dispositivos móveis.

Todas as práticas e ações voltadas à mídia estão ligadas à interação social constante e ao que foi adquirido como capital de cultura e tecnologia, e a maneira que foi adquirido. Considerando que os meios de influência são tão variados quanto a família, a escola, os pares, a vizinhança, os mentores, as mídias em suas diversas formas e, ainda, a potencial influência da estrutura social da época e contexto em que o indivíduo está inserido.

As entrevistas foram feitas com oito membros, quatro de cada família, que nesse artigo apresentaremos como Família A e Família B, numerando os membros do mais velho ao mais novo. Os relatos se apresentam como registros documentais de acontecimentos marcantes e, muitas vezes, determinantes para a formação do indivíduo e de suas práticas, ou não, de uso das tecnologias comunicacionais como computador, smartphone, celular, tablet, notebooks, e-books e a própria rede chamada internet.

Com base nesse princípio de análise de gerações, pode-se começar a identificar uma identidade coletiva; uma definição cultural, na qual considera que as gerações são determinadas pelas experiências comuns, vinculadas às circunstâncias históricas particulares; as marcas da adolescência definidas pela própria geração; a questão de que as identidades nacionais compartilhadas nem sempre são as mesmas quando falamos das diferentes regiões, em outras palavras, muitas vezes os indivíduos de certas regiões não se sentem inseridos ou devidamente representados por essa identidade; os diferentes compartilhamentos, ou inexistentes, de uma mesma consciência de pertencimento a uma geração; as diferentes relações com a mídia de cada geração; a questão de visibiliza a existente tentativa de a geração anterior produzir padrão e conselhos para as gerações seguintes; entre outros aspectos.

ANÁLISES DAS FAMÍLIAS

A Família A é uma família de Itapira, cidade do interior do estado de São Paulo com pouco mais de 70 mil habitantes, onde três entrevistados nasceram e cresceram. A1, 70 anos, nasceu em Águas de Lindóia, localizada ao lado do Circuito das Águas



paulista e do polo industrial emergente do Sul de Minas Gerais. Além dele, foram entrevistados os filhos A2, 45 anos, e A3, 35 anos, e a neta A4, 21 anos, que apesar das visitas frequentes à Itapira, mora atualmente na cidade de Bauru, também no estado de São Paulo, onde estuda Relações Públicas. As entrevistas foram concedidas no dia 4 de outubro de 2014.

A família B se desenvolveu na Baixada Santista, especialmente nas cidades de Cubatão e Santos, com ascendência portuguesa por parte da família do pai de B1, 57 anos, e B2, 46 anos, entrevistadas mais velhas. Além delas, foram entrevistados B3, 33 anos, filho de B1, e B4, 22 anos, filha de B2. Exceto B3, que nasceu em Santos, onde morou até recentemente mudar para São Vicente, cidade vizinha, os outros entrevistados moraram um período em Cubatão. Tanto Santos como Cubatão são cidades totalmente urbanas, a primeira tem uma população de mais de 400 mil habitantes e o porto como principal atividade econômica, junto com o turismo e o comércio, já Cubatão, com pouco mais de 120 mil habitante, possui um desenvolvido parque industrial. Como na família não havia a possibilidade de se entrevistar três gerações ligadas por filiação, como critério de seleção foi estabelecida uma diferença de idade mínima de dez anos, para que cada um represente uma geração diferente. As entrevistas foram concedidas entre os dias 24 de setembro e 3 de outubro de 2014.

Analisando a trajetória de vida das famílias, notamos algumas semelhanças nas motivações de mudança de moradia. Na infância, A1 saiu do campo com os pais para a cidade porque acreditavam que teriam mais oportunidades profissionais e que o acesso à informação na zona rural era precário. As oportunidades profissionais como objetivo da mudança também podem ser vista em A4, que se mudou para Bauru por causa do curso universitário oferecido ali. A busca por melhores condições de vida também estava entre as motivações da família B para mudar de Cubatão para Santos. Outro fator de mudança presente nos relatos é o fator financeiro, que influenciou B2 e B4 a se mudarem para São Vicente, cidade limítrofe de mais de 330 mil habitante, em razão do elevado custo de vida de Santos. Essas mudanças ilustram as influências individuais no contexto pessoal para o desenvolvimento das potencialidades da geração, como explicado por Mannheim (1982).

A família tem destaque para todos os entrevistados, mas cada geração expressa sua influência de maneira diferente. A1 alega claramente a falta de convivência da família em sua infância e adolescência, e não tem memórias de eventos ou celebrações familiares, carência que pode ter sido refletida na importância que ele dá hoje à união da



família que formou. Apesar disso, destaca a noção de respeito como valor passado pelos pais. Por consequência dessa distância da família na infância de A1, vê-se uma presença maior na infância dos outros membros da família A, mas com a observação contrastante de que as comemorações eram mais comuns na infância do que nos dias atuais, o que se assemelha com a visão da família B sobre os encontros de família. As duas famílias destacam como celebração típica as comemorações de final de ano, Natal e Ano Novo, datas nas quais as famílias conseguem superar as barreiras geográficas existentes entre os núcleos familiares dos entrevistados e seus respectivos parentes.

Em relação à profissão, A1 destaca a influência dos pais em ensinar a noção da dignificação do indivíduo pelo trabalho, em uma de suas respostas afirma que os pais o ensinaram a trabalhar e ele seguiu o mesmo caminho, de forma que pôde repassar o mesmo para as gerações seguintes. No entanto, essa visão sofreu mudanças no passar das gerações. A2 ainda tem a visão de que as conquistas são os frutos que vêm do trabalho árduo, mas já atribui à informação e ao estudo valor sobressalente e ainda é mais flexível quanto às escolhas da filha. A3, por sua vez, além de demonstrar a importância que dá aos estudos como valor, e suas escolhas profissionais não sofrem influência do pai, que nunca o obrigou a trabalhar, começando aos 18, mostrando que a diferença de 10 anos entre os irmãos resultou em perspectivas diferentes sobre a própria criação, motivações e desdobramentos da história de vida.

Já A4 demonstra o valor não só do estudo, mas das experiências complementares para sua formação pessoal e profissional. A4, como consequência de sua geração, tendo em vista o contexto cultural, social e econômico diferente dos demais, demonstra uma personalidade mais ativa, no sentido de procurar conhecer outras culturas, línguas e países, sendo a única da família a citar experiências fora do Brasil e demonstrar interesse no estudo de outros idiomas. Parte dessas diferenças entre A4 e as outras gerações de sua família, estão num contexto diferenciado proporcionado pela mudança para uma cidade universitária e o estabelecimento de vínculos extra-familiares, expandindo assim as influências que sofre, além das características pontenciais do contexto de sua geração, que com o desenvolvimento tecnológico tem acesso mais facilitado à informação mais diversificada.

Essa mudança progressiva de visão também se nota na família B, como observa B2 ao ser perguntada sobre a profissão que desejava seguir na adolescência. Ela explica que quando era adolescente não havia o estímulo a pensar na profissão ou sonhar com uma carreira específica. “A gente estudava, daí fazia um técnico e ia pra faculdade, né?”



Não tinha esse negócio de parar e esperar pra ver o que queria.” A trajetória de sua irmã, B1, evidencia isso. B1 sonhava em ser comissária de bordo, mas foi dissuadida pelo pai por causa de preconceitos da época em relação à profissão. Escolheu o curso de Pedagogia pelo interesse na educação de pessoas com deficiência, mas desistiu de seguir essa carreira após o fim do curso porque não tinha condições de fazer a especialização fora, e já tinha experiência desde os 14 anos na área financeira, o que a motivou a continuar na profissão de bancária, na qual se aposentou aos 42 anos.

No entanto, essa influência não é tão determinante em B3, que fez quatro anos de Engenharia antes de desistir pela frustração com o curso e mudar o foco para Administração, área em que se formou e trabalha. B4 escolheu o curso de Cinema, não sendo influenciada por ninguém da família, ela percebeu alguns interesses durante o ensino médio, quando era fã de uma banda, que serviu de motivação para editar vídeos e escrever ficção, momento que notou sua intenção profissional. Assim como A4, B4 reflete a ideia de que as gerações mais novas são mais adeptas às novidades, o que favorece a escolha de um curso que não tinha precedentes em sua família.

As diferenças entre as gerações são observadas por cada um de maneira diferente, mostrando alguma dificuldade em definir rapidamente um pensamento geral do que entende por “sua geração”, demonstrando que os indivíduos não se percebem como um grupo concreto formado por sua geração, apesar de se identificarem casualmente com ela. A1 vê a ausência de liberdade de pensamento como marca da sua geração. B1, que já é de uma geração diferente, destaca o desafio de ser mulher na sua geração. “Era tudo muito difícil, você trabalhar fora, você ter suas coisas, vencer na vida, você com seu emprego.” Já B2 percebe que a dela, para a mulher, era o fato de namorar com o propósito de casar. “Não tinha igual hoje em dia que a gente namora e não pensa em casar.”, e sugere que o que marca a geração de hoje seria a vontade conhecer morar em outro país. A2 considera sua geração como uma geração mais flexível e aberta aos modos diferentes de ser e, ainda, revolucionária, considerando que essa juventude deu início à luta pelos direitos dos cidadãos, segundo ele: “uma boa parte do que se tem hoje, o que a juventude almeja e briga hoje, vem dessa geração minha”, mas ao mesmo tempo crê que alguns valores que considera importantes foram perdidos em sua geração.

A respeito do uso de mídia, é possível ver mais diferenças entre as gerações. A1 se mantém distante das mídias digitais, refletindo a estatística da PBM, em que apenas 5% das pessoas até a 4ª série e 4% das pessoas com mais de 65 anos acessam a internet



diariamente, enquanto A4 e B4 se comportam como nativas digitais, e os outros entrevistados demonstram ser migrantes digitais com diferentes graus de usos e familiaridade com os recursos.

A1 procura o contato interpessoal presencial como primeira alternativa quando deseja falar com alguém, um amigo é sua principal fonte de informação sobre política há 30 anos, e tem conhecimento sobre os eventos da cidade pelo boca a boca. As principais mídias que usa para lazer são o rádio (música sertaneja) e a televisão (esporte). O jornal na televisão e o jornal impresso regional figuram como fontes ocasionais de informação.

De maneira semelhante, A2 quando questionado sobre a maneira de manter contato com família e amigos, de prontidão, respondeu situações de redes sociais físicas como futebol, eventos, clube e no dia a dia. Diferentemente do pai (A1), valoriza o acesso constante a fontes de informação, como o jornal impresso. Na infância destaca a escola como fonte de informação, e na adolescência, o trabalho. Escola, amigos e colegas também foram destacados como fontes na infância e adolescência dos outros entrevistados, continuando mesmo atualmente no que se refere a acontecimentos da cidade. No entanto, os outros apontaram que as formas mais comuns de contato com familiares e amigos são virtuais. O Google foi mencionado como principal recurso quando desejam saber algo específico. Uma característica interessante na fala de quase todos os entrevistados, com exceção de A1 e A3, indica o Google, não a internet, como fonte de informação. A3 indicou a internet como fonte, mas em seguida, quando perguntado sobre sites específicos que acessava, também mencionou o Google o que mostra que a popularização do uso da internet não significou maior conhecimento sobre o funcionamento dela, o que faz com que o público em geral veja o Google como uma fonte e não um buscador.

É possível ver o destaque da televisão nas trajetórias das duas famílias. B1 lembra que a chegada do primeiro aparelho à casa da família mudou sua rotina e destaca o comportamento de sua avó nos momentos em que assistiam televisão: “Lembro que ela se trocava toda, se arrumava toda e sentava numa cadeira quando ia ver a novela porque ela dizia que quem tava lá dentro ia ver ela arrumada”. A2 e B2 mencionam o fato dos aparelhos que tinham em casa serem branco e preto e por isso era usada uma tela por cima com faixas de cores.

A televisão é frequentemente apontada como fonte de lazer, indo de acordo com os dados da PBM que aponta que 95% dos brasileiros veem televisão. B4 afirma



preferir os conteúdos *on demand* da TV por assinatura, A3 destaca o uso da televisão na infância e adolescência, enquanto hoje, apesar de ainda ter bastante presença, não supera o uso do computador. Já A4 explica que quando tem tempo livre costuma assistir à novela, filmes, séries e programação estrangeiras da TV a cabo.

Um comportamento interessante é revelado por B1, que em um primeiro momento não aponta a televisão como principal fonte de lazer, mas ao ser questionada sobre a mídia com que passa mais tempo, retifica sua preferência. “Principalmente filme, não sou viciada em novela e essas coisas, mas filme, pra mim...” Ela conta que a televisão fica ligada até mesmo durante o tempo que dedica aos livros, que foram apontados como uma das mídias preferidas para o lazer.

A inserção do computador na vida dos entrevistados varia muito. A1 compreende sua importância, especialmente para o trabalho, mas não o utiliza de nenhuma forma, já A2 o vê como ferramenta de trabalho, sendo por essa função que o conheceu quando trabalhava, tendo inclusive feito cursos para aprender a utilizá-lo. B1 e B2 tiveram experiência parecida com a de A2, enquanto B1 utilizava o computador no trabalho e teve cursos de informática oferecidos pela empresa que trabalhava durante a transição dos meios, B2 viu a necessidade de comprar um para utilizar em casa no preparo das aulas e provas que faz como professora de Matemática, nenhuma das duas associa automaticamente a internet com o computador, porque o uso mais ativo e constante da rede passou a acontecer na aquisição de um dispositivo móvel, um tablet no caso de B1 e um smartphone no caso de B2, especialmente por causa da mobilidade que garantem. Por motivo semelhante, a geração mais nova, representada por A4 e B4, faz a associação do uso dos computadores para fins de profissão e educação, enquanto outras funções como a internet e o entretenimento estão mais presentes nos dispositivos móveis. Esse comportamento demonstra um dos resultados da PBM, em que os aparelhos celulares correspondem a 66% da forma de acesso à internet, chegando bem perto dos 71% representados pelos computadores e notebooks, o que se deve principalmente a elevada utilização de plataformas de mídias sociais como Facebook, Whatsapp e Youtube.

A4 e B4 disseram que aprenderam a usar o computador na escola ou com outros membros da família, aspecto que marcou mais as gerações mais jovens, cujos pais traziam o primeiro computador para uso da família para a inclusão dos filhos nessas novas tecnologias, para fins escolares ou de entretenimento, mas a manifestação de interesse ou o incentivo a utilização não se restringia aos pais. A3 aponta o irmão A2



como incentivador do computador, enquanto B3 conta que os primeiros contatos com a tecnologia aconteceram na casa de um tio, que também é mencionado por B4.

O videogame aparece com pequeno destaque. Fez parte da adolescência de A2, tem presença mais intensa no entretenimento de A3 desde a infância, que influenciou na utilização de A4, que jogava especialmente nos consoles do tio. Na família B, o destaque é na utilização de B3, com quem B1 jogava quando pequeno. B2 e B4 só mencionam jogar quando estão com algum familiar e amigo que goste bastante.

Em relação aos dispositivos móveis, A1 tem um celular simples que utiliza principalmente para entrar em contato com clientes e não demonstrou nenhum interesse em outra utilização. A2 tem celular, mas pretende adquirir um smartphone no futuro, sendo o computador o meio de acesso às mídias sociais, além de destacar a ajuda da filha na assimilação de novas tecnologias, observação que evidencia o processo explicado por Mannheim (1982) que permite a maior receptividade das gerações mais velhas às influências das mais novas. Já A3, quando perguntado se possuía um smartphone, negou, porém diz que seu celular tem Whatsapp – que usa bastante – permite que tire fotos, veja vídeos e instale aplicativos, o que pode significar que ele não tem familiaridade com o termo, apesar de ter um smartphone. Essa suposição é reforçada pelo fato de B1 e B2 também serem desfamiliarizadas com o termo, chegando a questionar se os aparelhos que possuem eram considerados smartphones.

O tablet foi citado apenas por B1 e A4, que também utiliza com muita frequência o smartphone, que além de fazer ligações e mandar mensagens SMS, é utilizado pela variedade de aplicativos, pela internet e para ouvir música. Características que se diferem em muito dos motivos pelos quais as gerações mais antigas compraram as primeiras versões de celulares. B3 destaca na sua narrativa a sociabilidade, no entretenimento e no uso das tecnologias, mas critica o uso intenso em momento socialização, o que foi um dos motivos apontados para sua adesão tardia à tecnologia. “Eu achava um absurdo as pessoas saírem, sentarem numa mesa e ficar todo mundo mexendo no smartphone e não interagirem entre si.” Essa crítica também aparece na fala de B2 que relata que o maior uso é da internet no smartphone, chegando, em sua visão, ao exagero. “Mas eu acho que as pessoas têm que se policiar, eu tenho que me policiar.” O exagero na utilização também é apontado na entrevista de B4, “Às vezes a gente tá comendo e ela [B2] tá com o celular na mão. Isso me incomoda muito.”

Um das funções dos smartphones mais utilizadas pelos entrevistados são aqueles que permitem a socialização seja pelo envio de mensagens para uma pessoa,



entre um grupo, como os serviços do Whatsapp, ou plataformas de redes sociais como o Facebook.

Esse comportamento reflete a afirmação de Martino (2014, p. 52): “É quase um exercício de imaginação pensar o cotidiano sem a presença de mídias digitais. Das atividades mais simples, como marcar um jantar com amigos, aos complexos meandros da política internacional, boa parte da vida humana está ligada às relações articuladas com mídias digitais.” Pela função de socialização, B1 aponta o smartphone como a mídia que faria mais falta caso ficasse privada de seu uso, porque “além de ter internet, de você poder ver alguma coisa de televisão, você também se comunica com as pessoas”. O Facebook foi apontado como meio de acesso a informação e notícias por A4 e B3.

CONSIDERAÇÕES

Na comparação das duas famílias, podem-se observar muitas semelhanças, apesar do contexto geográfico distinto e de diferenças no desenvolvimento pessoal de cada um dos indivíduos, a valorização e a influência da família e dos valores ensinados por ela aparecem nas duas narrativas. É possível notar alinhamento no comportamento do uso de mídia, especialmente na geração mais nova. O fato de indivíduos pertencerem a mesma geração não significa que terão necessariamente o mesmo comportamento (Mannheim, 1982; Sousa, 2006). Essa semelhança entre as duas representantes mais jovens deve-se ao que Mannheim chama de potencialidades, que se mantêm como potencialidades devido à juventude de ambas e à fase da vida em estágios semelhantes. Além disso, como já mencionado a geração mais nova, devido aos desenvolvimentos tecnológicos, recebe mais influências globais e regionais, o que favorece que as duas entrevistadas encontrem mais pontos em comum entre si do que A2 e B2, ou A3 e B3, apesar desses fazerem parte da mesma geração.

Além disso, os acontecimentos no Brasil que marcaram suas vidas e foram destacados pelos entrevistados também se aproximam. A2, A3, B2 e B3 citam o Plano Collor. A3 e B2 acompanharam os fatos de forma externa, A2 relata as consequências segundo suas perspectivas de trabalho como bancário, já B3 conta na perspectiva de um filho de uma bancária, já que o que marcou para ele foi a ausência de sua mãe por causa do trabalho, apesar disso, B1 não destacou esse mesmo evento em sua entrevista.

Especificamente em relação ao consumo de mídia, observa-se que uma substituição dos meios de comunicação utilizados com maior frequência entre as



gerações, o que acompanha a chegada e popularização dos computadores e da internet no país. Foi possível apontar pontos em comum entre os relatos das primeiras gerações sobre o início do desenvolvimento tecnológico, como a carta ser meio de comunicação popular, o rádio ser barato e grandemente difundido, a televisão ser cara e em preto e branco, o telefone como raridade e item de *status* e, posteriormente, o aparecimento dos primeiros modelos de telefone celular, chamados popularmente de “tijolão”.

Entre os membros mais velhos das famílias, percebe-se que as tecnologias chegavam normalmente para auxiliar no trabalho, como o caso de B1, que trabalhava no banco, de B2, professora, e que se repete na família A, em que A1 e A2 usam o aparelho celular por uma necessidade do trabalho. Enquanto que os mais jovens dizem adquirir as tecnologias seguindo um modismo e não necessariamente uma necessidade.

Com exceção de A1, todos os entrevistados utilizam computador e têm acesso à internet. Entre os membros da família B o computador e celular são as mídias mais utilizadas, seja para informação ou entretenimento, ainda que B1, integrante da 1ª geração, ainda tenha a televisão como principal meio para obter informação e o livro como fonte de entretenimento. A internet aparece como maior recurso para o estudo e trabalho de forma geral na fala dos entrevistados.

Observa-se que os integrantes das primeiras gerações destacam a busca de informações pelo “boca a boca”, perguntando aos mais velhos. Já os integrantes da terceira e quarta gerações buscam as respostas de suas dúvidas na infância a partir da televisão e mais tarde com o uso da internet, que tem sua praticidade destacada pelos entrevistados.

REFERÊNCIAS

- BRASIL. SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. **Pesquisa Brasileira de Mídia 2015: Hábitos de consumo de mídia pela população brasileira.** Disponível em: <<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-depesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midiapbm-2015.pdf>>. Acesso em: 27 abr. 2015.
- DUARTE, J. Entrevista em profundidade. In: _____; BARROS, A. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação.** São Paulo: Editora Atlas, 2009, p. 62-83.
- GONZALEZ, J. A. Y todo queda entre família: estrategias, objeto y método para historias de familias. **Estudios sobre las culturas contemporâneas**, Colina, Vol. I. Núm. 1, p. 135-154, jun. 1995.
- MANNHEIM, K. O impacto dos processos sociais na formação da personalidade. In: CARDOSO, F. e IANNI, O. **Homem e sociedade: leituras básicas de Sociologia Geral.** São Paulo: Cia. Editora Nacional, 1972, p. 285-303.



MANNHEIM, K. **Sociologia**/ organizadores Marialice Foracchi. (coletânea). São Paulo: Ática, 1982.

MARTINO, L. M. S. Introdução. In: **Teoria das Mídias Digitais: Linguagens, Ambientes, Redes**. Petrópolis: Editora Vozes, 2014.

SOUSA, J. T. P. Apresentação do Dossiê: A sociedade vista pelas gerações. **Política e Sociedade**. Nº 8 – abril de 2006, p. 09-29.