



UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR
Artes e Letras

Os Jovens e a Televisão

Ana Isabel da Silva Monteiro

Dissertação para obtenção do Grau de Mestre em
Jornalismo
(2º ciclo de estudos)

Orientador: Prof. Doutor Paulo Serra

Covilhã, Outubro de 2015

Os jovens e a televisão

Aos meus pais por todo o amor, dedicação e paciência.
Aos meus amigos e família que sempre estiveram ao meu lado
neste percurso, por vezes nada fácil.

À minha madrinha que é a minha força e que fez com que fosse
possível a concretização dos meus desejos e sonhos.

À Universidade da Beira Interior e a cidade da Covilhã, por me ter
proporcionado tão bons momentos.

Ao meu orientador, Paulo Serra pela ajuda e toda a dedicação que
mostrou ao longo deste tempo.

Os jovens e a televisão

Resumo

É inquestionável a presença e a importância dos meios de comunicação na sociedade, já que eles são um poderoso instrumento de difusão de informação, conhecimentos, valores e ideologias. A televisão, na sua maneira tradicional de se fazer ver, marcou desde logo o mundo e a vida das pessoas que aderiram à caixinha mágica para conhecer mais do mundo e de tudo aquilo que as rodeia. Com a tecnologia a avançar a uma velocidade inacreditável, nem todos os meios conseguiram acompanhar as transformações emergentes. A televisão, considerada geralmente como o meio mais popular, começou a passar por alguns problemas, pelo facto de surgirem outros meios fortes a competirem com ela. Nesta dissertação pretende-se perceber o que é a televisão nos dias de hoje para os jovens que, rodeados de múltiplos ecrãs, têm várias e novas opções para se informarem, aprenderem e comunicarem: e, ainda, se o valor que a televisão tem e aquilo que ela é para as gerações mais antigas continua a existir para os jovens que nasceram já sob o signo do digital e lidam com os mais diferentes meios todos os dias e a qualquer hora, num contexto mediático que mudou a sua maneira de estar e socializar.

Palavras-chave

Meios de comunicação, televisão, internet, canais generalistas, canais por cabo, jovens.

Abstract

There is no question about the presence and importance of the media in society, since they are a powerful instrument of dissemination of information knowledge, values and ideologies. The television, in the traditional way of watching it, marked immediately the world and the lives of people who joined the magic box to learn more about the world and everything around them. With technology advancing at an incredible speed, not all media were able to keep up with emerging transformations. The television, generally regarded as the most popular medium, began to have some problems because other strong means were competing with it. This dissertation aims to understand what is television these days for young people that, surrounded by multiple screens, have several new options to obtain information, learn and communicate; and also to understand if the value that television has and what it is for the older generation continues to exist for young people who were born in the digital age and deal with the most different media every day, anytime, in a media context that changed his way of living and socializing.

Keywords

Media, television, internet, general channels, cable channels, youth.

Os jovens e a televisão

Índice

Introdução.....	12
Parte I -Enquadramento teórico	14
Capitulo 1. A televisão e os desenvolvimentos mais recentes.....	15
1.1 As origens da televisão.....	15
1.2 Os canais por cabo.....	16
1.3 A Internet.....	18
1.4 A televisão interativa.....	20
Capitulo 2. Os jovens e a televisão.....	24
2.1. Os jovens e os meios de comunicação.....	24
2.2.Os jovens e a televisão.....	25
2.3. Os jovens e a Internet.....	27
Parte II - Investigação Empírica.....	31
Capitulo 3. Metodologia e desenho da investigação.....	32
3.1 Objectivo da investigação.....	32
3.2 Perguntas da investigação.....	32
3.3 Instrumentos de recolha.....	33
3.4 Procedimento	34
Capitulo 4. Análise de resultados.....	35
4.1	
Questionários.....	35
4.2 Grupo Focado (<i>focus group</i>)	54
Capitulo 5. Discussão e conclusão.....	57
Referências.....	62
ANEXOS.....	66

Índice de gráficos

Gráfico 1-Género.....	35
Gráfico 2 - Idades.....	36
Gráfico 3 - Localidade.....	36
Gráfico 4- Habilitações literárias.....	37
Gráfico 5 - Ocupação/ Profissão.....	38
Gráfico 6 - Quanto tempo vê tv por dia (horas).....	38
Gráfico 7 - Quando assiste mais televisão?.....	39
Gráfico 8- Como costuma assistir televisão?.....	40
Gráfico 9 - Onde vê televisão com mais frequência.....	40
Gráfico 10- Televisor.....	41
Gráfico 11 - Computador.....	41
Gráfico 12- Tablet.....	42
Gráfico 13 - Sartphone.....	42
Gráfico 14 - Outro.....	42
Gráfico 15 - RTP1.....	43
Gráfico 16 - Rtp2.....	43
Gráfico 17 - Sic.....	44
Gráfico 18 - Tvi.....	44
Gráfico 19 - Canais por cabo.....	44
Gráfico 20 - Se escolheu algum canal generalista dos que assiste mais, indique a principal razão da sua escolha.....	45
Gráfico 21 - Se escolheu canais por cabo dos quais assiste mais, indique a principal razão a que se deve a sua escolha.....	45
Gráfico 22 - Que formato/ género mais consome?.....	46
Gráfico 23 - Rtp1.....	46
Gráfico 24- -Rtp2.....	47
Gráfico 25 - Sic.....	47
Gráfico 26 - Tvi.....	47
Gráfico 27 -Canais por cabo.....	48

Os jovens e a televisão

Gráfico 28- Costuma ver televisão pela internet.....	48
Gráfico 29 - Quais os conteúdos que mais consome via internet?.....	49
Gráfico 30- Pertence a alguma rede social?.....	50
Gráfico 31- Se sim, qual ou quais ?.....	50
Gráfico 32- Têm por hábito acompanhar algum canal de televisão por alguma página ou rede social?.....	51
Gráfico 33- Costuma partilhar conteúdos disponibilizados nessas páginas.....	52
Gráfico 34 - Quais os conteúdos que mais partilha?.....	52
Gráfico 35 - Razões que levam a partilhar os conteúdos.....	53

Os jovens e a televisão

Introdução

É indiscutível a importância que os meios de comunicação têm nos nossos dias, a relação próxima que temos com os ecrãs e como se torna complicado pensar no mundo sem eles.

Os meios de comunicação desempenham um papel importante tanto na vida social das pessoas, como na política e cultural, fazendo com que estejam constantemente ligadas às velhas e novas tecnologias, principalmente os mais jovens, que vivem entre dois mundos, o real e o virtual.

Desde o aparecimento da televisão que a sociedade mudou e ficou agarrada a esta nova maneira de mostrar o mundo, abrindo portas para aquilo que até ao momento do seu aparecimento seria muito pouco conhecido. Com todo o seu poder de difundir informação, de chegar perto das pessoas e agarrá-las, a televisão foi e é a companhia diária da maioria das pessoas.

O surgimento dos chamados “novos meios” - os meios digitais - veio trazer novas mudanças a vários níveis, como a socialização e a maneira de estar das pessoas, principalmente dos mais jovens, que aderiram entusiasticamente às novas tecnologias e ao mundo virtual.

As mudanças que a televisão sofreu também são visíveis. Mas até que ponto isso interferiu na maneira de os mais novos assistirem televisão pelo televisor e de aceitarem os conteúdos que a caixinha mágica oferece? Apesar de mais antigo e com menos funcionalidades do que os outros meios, será que a televisão ainda faz parte dos dias do jovem, como já fez noutros tempos?

São esses os tópicos que vamos focar nesta dissertação, em que tentamos perceber se a televisão é para a geração mais nova aquilo que era para a mais velha, se ainda faz parte das suas vidas como companhia diária ou se, pelo contrário, toda a transformação tecnológica que existiu modificou também essa ligação.

As transformações tecnológicas são do conhecimento de todos, tal como o são as diferenças que existem entre os jovens de hoje e os de antigamente. O que os jovens querem hoje, as atividades que têm e a vida que levam são bastante diferentes dos de outros tempos - tempos em que foi (também) a televisão que, abrindo portas para outros conhecimentos e realidades, fez com que as pessoas modificassem a sua maneira de ser e de estar.

Hoje, as possibilidades são muitas: pode-se estar em qualquer lugar, ter conhecimento sobre as mais diferentes coisas ou entrar em contacto com pessoas sem sair de casa e facilmente. Mas será que todas essas facilidades e possibilidades retiram a atenção da televisão? Será que por ter muita escolha, a televisão deixa de ser uma das principais atrações e a companhia diária que outrora fez as delícias das pessoas?

Foi através de questionários que tentámos chegar às primeiras conclusões, quantitativas, entrando em contacto com os jovens para perceber qual o seu interesse pela televisão, pelos canais generalistas, pelos canais por cabo e por toda a tecnologia mais avançada - digital,

Os jovens e a televisão

móvel - que poderá ter mudado a relação entre os jovens e os meios, principalmente os tradicionais.

Depois de termos as primeiras conclusões, partimos para a realização de um grupo focado (*focus group*), com o objetivo de aprofundarmos num sentido mais qualitativo as respostas dadas pelos inquiridos nos questionários.

No que se refere à sua estrutura, este trabalho tem duas partes, uma dedicada à revisão teórica e outra à investigação empírica.

A primeira parte encontra-se dividida em dois capítulos. O capítulo 1 pretende analisar o surgimento da televisão, a sua evolução, e a evolução tecnológica que fez com que muitas mais possibilidades surgissem. O capítulo 2 aborda a relação que os jovens têm com os meios de comunicação, incluindo a televisão, tentando também perceber a importância desses meios para os jovens.

A segunda parte, dedicada à investigação empírica, encontra-se dividida em três capítulos. O primeiro capítulo (capítulo 3) apresenta, de forma breve, os aspetos metodológicos relacionados com a referida investigação empírica. O segundo capítulo (capítulo 4) apresenta e analisa os principais resultados obtidos através dos questionários e do grupo focado, que pretendiam inquirir o público-alvo sobre a sua relação com a televisão e com os outros meios de comunicação, e como é que isso se revela no seu dia-a-dia, na maneira como lidam com os ecrãs e como socializam. O terceiro capítulo é dedicado à discussão dos resultados e às conclusões, confrontando esses resultados com as nossas hipóteses de partida.

Parte I
Enquadramento teórico

Capítulo 1. A televisão e os desenvolvimentos mais recentes

Para atingir os objetivos propostos neste trabalho, primeiramente terá que se contextualizar de forma breve a história da televisão, desde a sua criação às várias mudanças que sofreu. Nesta primeira parte, o foco deste trabalho vai para a Internet e, como consequência, para a Televisão Interativa.

1.1 As origens da televisão

Após vários estudos e tentativas para encontrar o primeiro protótipo de televisão, ele foi apresentado, por volta de 1929, pelo engenheiro russo Vladimir Zworykin em Nova Iorque, tendo sido recebido com muito agrado pela população.

Com a chegada da Segunda Guerra Mundial, a instabilidade apoderou-se não só das pessoas, mas também da televisão, onde poucas evoluções ocorreram. Só com o fim da guerra é que a televisão retomou o seu caminho, evoluindo e tornando-se num poderoso meio de comunicação com um número elevado de aderentes e apologistas.

Apesar de em países mais avançados como os Estados Unidos, a Inglaterra e outros a televisão estar desenvolvida e já ter chegado às populações, em Portugal, que por esta altura vivia em plena ditadura, a televisão chegou mais tarde, a 4 de setembro de 1956. (Cádima, 1996, p. 26).

Estando a ditadura instalada em Portugal, os seus governantes começaram a olhar para esta nova tecnologia como uma mais-valia para a sua governação, sendo que o objetivo pretendido pelos mesmos “era apenas o de poder controlar e manipular o país fazendo passar aquilo que lhes interessava e esconder aquilo que lhes convinha” (Rodrigues, 2011, p. 19).

A televisão passou a ser então considerada como um instrumento que educava as pessoas e as suas opiniões, não tanto por Salazar, mas mais por Marcelo Caetano que foi considerado o grande impulsionador da televisão, “aproximando-se cada vez mais, aproveitando todas as virtualidades da televisão para estabelecer com a Nação uma intimidade cada vez mais forte.” (Coelho, 2005, p. 66).

As primeiras emissões experimentais de televisão foram feitas em Lisboa, nos estúdios da Feira Popular, e a 7 de março de 1957 nasce finalmente em Portugal a Rádio Televisão Portuguesa (RTP), que ainda hoje existe e que continua a ser o canal público de Portugal.

Com a queda do Salazarismo, Marcelo Caetano, que sucedeu a Salazar, instituiu um regime já mais “aberto”. Nesse contexto de abertura, Marcelo assumiu, perante a televisão, uma atitude bem diferente da de Salazar, vendo nela a ferramenta ideal para o mediatismo de que necessitava para a sua governação. Como afirma Francisco Cádima (1996), Marcelo Caetano é “um político radicalmente diferente do seu antecessor no que diz respeito à predisposição e

Os jovens e a televisão

disponibilidade explícita para a instrumentalização da televisão, e bem assim às qualidades inatas para um bom “desempenho mediático” (p.207).

A televisão passou a fazer parte do quotidiano das pessoas, “ia-se a casa do vizinho ou do amigo não só para conversar, mas, sobretudo para ver televisão -e, eventualmente conversar, de preferência nos intervalos” (Serra & Francisco, 2014, p. 89).

O 25 de abril de 1974 foi um marco importante e uma viragem na vida das pessoas e na sua maneira de estar. Isso refletiu-se na televisão, onde a liberdade de expressão “ invadiu” os ecrãs e as mensagens que chegavam às pessoas.

A televisão não estagnou a sua evolução, e a 7 de março de 1980 surge a televisão a cores, “tudo o que se via na tela da televisão já produzia um sentimento de credibilidade. Quando as cores entram na produção televisiva, a audiência se deslumbra, há um encantamento” (Abreu & Silva, 2012, p. 5).

Um pouco mais tarde, surgem canais privados, verificando-se em 1992 a chegada do primeiro canal privado, a Sociedade Independente da Comunicação (SIC), e em 1993 a da Televisão Independente (TVI).

Estes dois canais privados transformaram a televisão portuguesa, dando a conhecer conteúdos alternativos e mudando a maneira de se fazer e “ver” televisão. Isto envolveu alterações dos cenários dos telejornais, como aconteceu na SIC, que deixou pela primeira vez “ver a zona de retaguarda das notícias: o lugar onde elas são fabricadas” (Lopes, 2007, citada por Sobral, 2012, p. 148); ou mostrar a pessoa comum como estrela de um programa, como aconteceu com o primeiro *reality show* da TVI, o *Big Brother* (2000).

A evolução da tecnologia introduz também alterações substanciais, nessas alterações, o vídeo ocupa um lugar de destaque, já que

[...] vem individualizar o consumo de imagem televisiva: a possibilidade de gravação e reprodução caseira dos programas emitidos constitui, então, o primeiro sinal de libertação do indivíduo em relação ao espartilho horário de programação dos canais televisivos. (Loureiro, 2008, p. 319)

Decididamente os hábitos das pessoas começam a mudar.

1.2 Os canais por cabo

Se com quatro canais (públicos e privados) o poder de escolha das pessoas aumentou, começando a ter conteúdos mais diversificados, com a chegada da televisão por cabo, os conteúdos multiplicaram-se e alteraram por completo a história da televisão.

Os canais por cabo “abriram portas” para outras realidades e vieram “possibilitar uma primeira abertura das “paisagens televisivas”: para além dos programas nacionais, os espectadores puderam ter acesso aos programas dos países limítrofes” (Correia,1996, citado em Rodrigues, 2011, p. 30).

Foi em 1994 que começaram as primeiras emissões experimentais da televisão por cabo em Portugal. Testada em 1998 e objeto de tentativas de introdução em 2003 e 2004, mas sem

Os jovens e a televisão

sucesso, foi finalmente em 2009 que se começaram a transmitir as emissões regulares da televisão por cabo.

Além da qualidade de imagem ser melhor, os canais por cabo deram aos espectadores a possibilidade de estarem mais a par de notícias sobre o que acontecia nas outras partes do Mundo.

Os múltiplos canais que apareceram, bem como as ofertas que davam para todos os gostos, mudaram a maneira de se ver televisão, porque agora “cada um procura e obtém junto ao sistema de cabo produtos culturais distintos, contrariamente ao modelo massivo próprio da Tv convencional” (Brittos, 1999, p. 3).

Ao contrário dos canais generalistas que apostavam nos seus conteúdos para o público em geral, estes novos canais apostam em públicos específicos, criando assim o mercado de nichos, onde cada um podia ver somente o que ia de encontro aos seus gostos. Sugiram então canais direcionados só para a música, como é o caso da *MTV*, ou para o desporto, como a *Sport tv*, que foi um dos primeiros canais a existir a partir desta nova plataforma, ou ainda para séries, como é o caso da *Fox*.

Normalmente são as pessoas com mais posses que possuem os canais por cabo. Por isso mesmo, a maneira de o público aderir às estações televisivas mudou, nascendo assim o problema com as audiências, já que agora são as televisões que “têm que procurar os espectadores e não os espectadores a serem conduzidos pelas televisões para onde mais lhes interessa.” (Borga, 2008, p. 18).

Com o aparecimento do cabo e com o que ele provocou no meio comunicacional, várias empresas começaram a criar novas estratégias para captar a atenção dos clientes, oferecendo vários serviços, sendo que o que faz diferir o cabo das “outras plataformas, é a sua capacidade de completar o menu de serviços de convergências e oferecer telefonia e Internet para além da televisão” (Ribeiro, 2007, citado em Rodrigues, 2011, p. 31).

Até ao aparecimento da Internet, os canais generalistas e temáticos forneciam o entretenimento aos espectadores, pelo que “constituíram as âncoras das duas primeiras eras da televisão” (Borga, 2008, p. 17).

Com a Internet e todas as funcionalidades que ela trouxe consigo, isso vai mudar de forma bastante profunda.

Sendo a base de uma grande revolução tecnológica e comunicacional, a Internet permitiu a interação entre os indivíduos mesmo que geograficamente distantes; revolucionou as maneiras de estar, facilitando em muito a vida das pessoas, que hoje em dia podem fazer quase tudo a partir dela.

1.3 A Internet

Segundo o dicionário Priberam¹, a Internet é uma “rede informática largamente utilizada para interligar computadores através do *modem*, à qual pode aceder qualquer tipo de utilizador, e que possibilita o acesso a toda a espécie de informação”.

Este fenómeno comunicacional, que hoje em dia faz parte dos hábitos de praticamente todas as pessoas, surgiu durante a Guerra Fria, tendo sido criada com objetivos militares. As forças Americanas viram nesta ferramenta uma forma de manter comunicações em caso de ataques de inimigos.

Nas décadas de 1970 e 1980, esta rede cresceu, passando não só a ser utilizado como fins militares mas também académicos, principalmente nas universidades dos Estados Unidos da América, que viam “a rede como a possibilidade de difusão e de partilhamento de informação” (Abreu, 2009, p. 2), facilitando a comunicação entre alunos e professores e a descoberta de coisas novas.

Por essa altura, a Internet chega a Portugal, começando também em algumas universidades que, com o objetivo de que este meio chegasse as restantes universidades e a mais pessoas, criam um grupo dominado de *Portuguese Unix Users Group* - PUUG, e mais tarde a Fundação para a Computação Científica e Nacional - FCCN.

Desde os seus inícios, a internet nunca mais parou de crescer, tornando-se um meio complexo e grandioso, que com todas evoluções, permite hoje que através dela seja possível fazer quase tudo. Este fenómeno comunicacional rompeu fronteiras, maneiras de estar, de ver o mundo, de comunicar e de partilhar conhecimentos.

Esta ferramenta criou um “mundo” paralelo ao nosso, o chamado “mundo virtual”, o qual tem cada vez mais adeptos, pois ao contrário dos outros meios, este faz com que o cidadão tenha um papel, podendo dar a sua opinião, partilhar conhecimentos e “chegar” a outras partes do mundo só com um clic. Tudo mudou:

A Internet veio revolucionar a forma de partilhar o conhecimento. A possibilidade de aceder de imediato a base de dados, a facilidade com que se consultam documentos ou a comodidade de trocar opiniões como o outro lado do planeta sem sair do gabinete, representam um salto qualitativo sem paralelo no campo da investigação”. (Canavilhas, 2005, pp. 2-3)

Esta maneira de comunicar mediada pelo computador mudou a sociedade, a vida das pessoas e a própria noção de comunidade (Recuero, 2003, p. 5).

Ao contrário dos outros meios, em que o utilizador “tem uma ação meramente passiva, à exceção das limitações interações que se restringem à mudança da canal (zapping) e a desligar o televisor” (Abreu e Branco, 1998, p. 3), a internet permite que o utilizador participe, trazendo a “alternância constante de papéis entre emissor e o recetor da informação” (Soares, 2006, p 2).

¹ <http://www.priberam.pt/DLPO/dicion%C3%A1rio>

Os jovens e a televisão

Para que a Internet desse aos seus utilizadores, mais ferramentas e mais possibilidades, foi criada a World Wide Web (WWW), de acordo com o projeto desenvolvido por Tim Berners Lee, que pretendia “simplificar a navegação em rede” melhorando dessa maneira “a interface gráfica, permitindo a criação de sites e portais mais interativos” (Steganha, 2010, p. 16).

Apareceu assim, um conjunto de ferramentas que possibilitaram a todos novas maneiras de comunicar de forma cada vez mais fácil, já que este meio permite “a troca rápida, por vezes imediata, de mensagens entre pessoas que estão nos mais distantes lugares do mundo” (Barbosa, 2001, p. 2).

O desejo das pessoas de partilharem as suas opiniões e ideias rapidamente fez com que surgissem os blogs, primeiramente conhecidos como “diários pessoais devido à sua popularidade entre os jovens, já que eles muitas vezes utilizam o recurso para expor as suas vidas” (Steganha, 2010, p. 18), e mais tarde como blogs de ajuda e de conhecimento, criados por empresas ou por pessoas de áreas como a saúde ou educação.

Os blogs, gratuitos, crescem de dia para dia. Muitas pessoas possuem uma página nesta plataforma para moda, política ou só para opinar sobre notícias atuais, “não hesitam em utilizá-las e, em determinados casos, conseguem mesmo destacar aspetos que por algum motivo escaparam aos media” (Rodrigues, 2007, p. 1).

Equipados de câmaras fotográficas digitais ou telemóveis e câmaras de vídeo, os utilizadores não param de distribuir os seus conteúdos pela rede. Criado em 2005, o *Youtube*²,

[...] é um espaço híbrido que soube aproveitar as ferramentas que os cidadãos têm hoje ao seu dispor, podendo aqui aplicar-se a ideia “estar no sitio certo à hora certa” acrescentando-se ainda a possibilidade de nessa mesma hora poder dar a conhecer o sucedido a milhões de pessoas. (Rodrigues, 2007, p. 5)

Cada um pode, assim, não só divulgar os seus conteúdos a partir deste canal, mas também conhecer outros, alternativos aos dos media tradicionais.

“Televisão interativa” começa a ser uma expressão cada vez mais utilizada nesta “era net”:

As capacidades de interatividade possibilitadas pela junção da web à televisão, pressupõem, à partida que o utilizador terá um maior grau de liberdade (quanto mais não seja do ponto de vista temporal) no acesso aos conteúdos disponibilizados. (Abreu & Branco, 1999, p. 4)

O *Youtube* faz 10 anos e, desde o seu aparecimento até aos dias de hoje, muito mudou. Criado por utilizadores que postavam vídeos caseiros, tornou-se uma ferramenta que produtores e celebridades começaram a usar e abusar. Com cada vez mais qualidade, tornou-se a rampa de lançamento para muitos artistas que ficaram conhecidos e que começaram as suas carreiras a partir desta plataforma.

Vários lugares *online* surgiram para promover a interação entre as pessoas, como é o caso do *Facebook*³, *Twitter*⁴, *MySpace*⁵ ou o *Scnd Life*⁶, nos quais “por meio das comunidades,

² <https://www.youtube.com/>

³ <https://www.facebook.com/>

⁴ <https://twitter.com/>

mensagens instantâneas e posts, os usuários partilham interesses em comum, fortalecendo o vínculo dentro da rede” (Steganha, 2010, p. 19).

Saber sobre tudo o que hoje se quiser é hoje bem mais fácil com um aparelho ao lado, ligado à Internet. Pesquisas rápidas no *Google*⁷ trazem respostas facilmente, a vida dos amigos e das celebridades pode ser acompanhada pelo *Facebook* ou pelo *Instagram*⁸ e até compras e reservas de hotéis já é possível fazer.

A verdade é que a Internet, cada vez mais evoluída e com mais funcionalidades para oferecer aos seus utilizadores, “não tem deixado de aumentar de forma gradual e sustentada, criando uma audiência potencial cada vez mais significativa, em que se destaca, claramente, a população mais jovem (Serra, 2006, p.1). Este novo meio, tal como os outros já o tinham feito, abriu as janelas para o mundo, mas mais do que isso constituiu, “fontes de mudança, valores, atitudes, formas de encarar o mundo, ideologias, olhares sobre o “outro”, mundo e futuros possíveis” (Cardoso & Lamy, 2011, p. 74).

1.4 A televisão interativa

O Mundo gira em volta das tecnologias e maquinarias cada vez mais sofisticadas que ultrapassam a mão-de-obra humana, passando elas a realizar os trabalhos até então efetuados pelos homens.

Todas as novas formas de trabalho, de entretenimento, “passear” e de conhecer pessoas e novas realidades mudaram, inevitavelmente, a maneira de as pessoas estarem, comunicarem e socializarem.

Se a televisão já foi considerada, o meio de comunicação mais importante, nos dias de hoje ela é “alvo de críticas por ser um meio fechado, unidirecional” (Neto, 2008, p. 7), perdendo importância para a Internet, um meio que as pessoas não dispensam para, de uma maneira fácil e rápida chegarem outras a pessoas, sítios e notícias, mesmo que geograficamente distantes.

Com estas evoluções, muitas dúvidas começaram a surgir em relação aos meios de comunicação tradicionais. Com efeito

[...] o mercado da televisão generalista *free-to-air* (FTA) está a mudar velozmente, o que tem causado incertezas inquietantes sobre a sustentabilidade de uma atividade que foi tida, durante décadas, como uma das mais poderosas e influentes da história da comunicação. (Serra, Sá & Souza Filho, 2015, p. 1)

De facto, a televisão tem vindo a perder importância em relação a este novo meio, já que como Ignacio Ramonet defendeu numa conferência em Braga, “pela primeira vez, num só

⁵ <https://myspace.com/>

⁶ <http://secondlife.com/>

⁷ <https://www.google.pt>

⁸ <https://instagram.com/>

Os jovens e a televisão

meio, juntam-se o texto, o som e a imagem” (Barbosa, 2001, p. 2). A Internet juntou todas as características propiciadas pelos outros meios, num único meio.

As possibilidades que este novo meio oferece ao público, que cada vez são mais e melhores, não passaram despercebidas aos jornais, rádios e televisões. No caso da televisão, tem que lidar com o facto de já não ser o meio mais recente e mais popular, pelo que “terá que se adaptar aos novos papéis, como no seu tempo os meios que a procederam se adaptaram para acomodar a concorrência da caixa mágica “ (Gradim, 2015, p. 70).

Os meios tradicionais viram, nesta plataforma, um “lugar” de crescimento e onde se pode chegar mais facilmente ao público que a utiliza assiduamente. “Participação” tornou-se a palavra-chave:

[...] a ideia de aproximar os cidadãos das causas públicas deu passos largos com a introdução de novas tecnologias. Surgiram novas ferramentas de comunicar, de trocar ideias e de debater. As facilidades de interatividade proporcionadas pela Internet em geral, pelas várias ferramentas em particular, são um forte estímulo à participação. (Rodrigo, 2007, p. 4)

Apesar de todas estas características e da popularidade deste meio, existe quem acredite que “a Internet não representará o fim do jornalismo, mas vai certamente modificar muitas práticas acuais nas redações” (Barbosa, 2001, p. 2). O mesmo acontecerá, certamente, com as televisões, que se terão que saber moldar de outro modo a difusão de notícias e conteúdos, que é bastante mais rápida através deste meio, e das notícias chamadas em “primeira mão”, que deixam de ser um exclusivo das televisões ou jornais, aparecendo agora muitas vezes na Internet em primeiro lugar, dada por um anonimo qualquer.

Desta maneira a jornalista tem trabalho redobrado, tendo que estar atento a estas plataformas, onde no meio de tanta coisa banal que é publicada aparece informação importante para ser noticiada. Se por um lado o jornalista tem facilidade em aceder à informações, de se atualizar todos os dias, a todas as horas de maneira fácil, por outro lado, tem o trabalho de “selecionar, sintetizar, decodificar e interpretar os acontecimentos, assumindo-se como mediador privilegiado entre a sobrecarga informática da Internet e o utilizador dos sites ” (Cardoso & Santos, 2005, p. 11).

Hoje qualquer pessoa acede a meio oferecidas pela Internet, publicando diariamente o que lhes apetece, partilhando informações com os seus “amigos” pelas redes sociais. Ao ter ao seu dispor tecnologia tão avançada e estando sempre prontas a fotografar e a gravar, a qualquer hora e local, as pessoas vão “entupindo” a Internet, com informações por vezes importantes, tornando-se dessa maneira e “jornalistas” por acidente. Essas informações, postadas em blogues, redes sociais ou no Youtube têm “ocupando espaços nos media, nomeadamente em noticiários televisivos onde a imagem é fundamental” (Rodrigues, 2007, p. 2).

Rádios, jornais e televisões tiveram e têm que se saber moldar a estas novas realidades, desde a maneira a como a mensagem chega às pessoas até à forma como ela é reproduzida e ao facto de se estar mais perto dos telespectadores, “ que sempre sonharam em ter um papel

mais ativo frente à televisão” (Neto, 2008, p. 8), o que acaba por acontecer com a televisão interativa.

Tendo as pessoas mais liberdade para exprimir as suas ideias, “o webjornalismo precisou abrir mais espaço para a participação do público, a fim de possibilitar uma maior interação com as notícias. Em alguns casos, foi preciso deixar o usuário ser uma espécie de co autor da informação” (Steganha, 2010, p. 25).

A Internet é, assim, “invadida” pelos meios tradicionais. Os jornais impressos, ao publicar os seus conteúdos nestas plataformas, “fornecem não só texto mas também vídeos e sons que complementam as notícias” (Barbosa, 2001, p. 4); do mesmo modo, rádios e televisões disponibilizam na Internet os seus conteúdos, com hiperligações “entre o conteúdo televisivo e o conteúdo da web” (Abreu & Branco, 1999, p. 5). Aumentando a informação e a possibilidade de, a partir de um conteúdo, chegar a outro, amplificando assim o seu conhecimento.

O facto de os meios tradicionais “migrarem” para a Internet, “pressupõe, à partida, que o utilizador terá um maior grau de liberdade (quanto mais não seja do ponto de vista temporal) no acesso aos conteúdos disponibilizados” (Abreu & Branco, 1999, p. 5), existindo uma nova maneira dos meios tradicionais se mostrarem, tal como a “possibilidade de existir interatividade entre quem escreve e quem lê as notícias (Barbosa, 2001, p. 2), aproximando-se desta maneira mais do público.

A partir desta junção entre a televisão e a Internet, ver televisão deixou de ser uma ação exclusivamente feita através do televisor, envolvendo outros ecrãs ligados à Internet:

[...] um Ipad ou um computador são alguns dos exemplos da forma através da qual as pessoas podem ver televisão, promovendo uma convergência entre os diferentes meios e plataformas que leva a que o telespectador comum passe a ter um novo hábito na visualização de conteúdos televisivos. (Santos, 2012, pp. 9-10)

Existem, assim, novas possibilidades de ouvir rádio, músicas, de visualizar filmes e séries, tal como fazer download, podendo-se “escolher onde e quando ver, de acordo com as nossas convivências e desejos. É possível comentar e até alimentar os conteúdos programáticos. É possível distribuir material audiovisual original com facilidade e a baixo custo” (Correia, 2015, pp. 43-44). Tal como fazer isso com dispositivos que, cada vez mais avançados, servem para aceder “à web em qualquer ponto do planeta, reproduzem música em formato Mp3 ou WMV, enviando e-mail, fotos, vídeos e mensagens de texto em questão de segundos” (Steganha, 2010, p. 15), fazendo com que exista um contacto bem diferente do que existia até então.

Assim, além dos canais que a própria Internet foi criando, como por exemplo o Youtube, existe a possibilidade de se ver em “*real time*” programas, “assistindo-se a uma migração da televisão clássica para a Internet” (Borga, 2008, p. 20). Isto levou a que se terminasse com a “divisão de fronteiras entre a televisão e a Internet trazendo a televisão OnDemand para o computador, ao mesmo tempo que permitia a chegada de vídeos do Youtube à Tv-Box (Correia, 2015, p. 43).

Os jovens e a televisão

As mudanças têm sido grandes e rápidas, os meios de comunicação tradicionais tiveram que saber adaptar-se à realidade que a Internet implementou nos nossos dias. No caso da televisão tem sido ela própria a organizar o seu “fim”, “transformando-se em vídeo ou para utilizarmos uma dicotomia corrente, transformando-se de uma televisão em fluxo numa televisão em *stock*, que pode ser gravada, vista de forma assíncrona, manipulada” (Serra, 2015, p. 32).

A verdade é que a televisão atual já tem pouco a ver com aquilo que era antes, as alterações foram muitas - e, à primeira vista, é o público que ganha com isto, por ter mais poder de escolha e mais maneiras de ver o que quer, podendo escolher entre a televisão generalista, o cabo, o vídeo e a Internet.

Capítulo 2. Os jovens e a televisão

Desde o seu aparecimento que a televisão se tornou o grande mediador, o meio de comunicação que informava a sociedade sobre aquilo que se passava no resto do mundo, dando a conhecer aquilo que até então a sociedade não fazia ideia que existia, quebrando mitos e mostrando realidades.

Mais do que informar, este meio tornou-se a companhia diária das pessoas que, tanto nas suas casas como em lugares públicos, começaram a ver nele uma maneira de não só se informarem mas também se entreterem e aprenderem.

Foi a televisão que, por mostrar além-fronteiras, mudou e moldou opiniões, abriu mentalidades.

A relação com este meio foi mudando com o tempo. Os mais jovens, que têm uma relação de bastante proximidade com os novos meios de comunicação, vêm na televisão possibilidades diferentes dos mais velhos, não sendo para eles o único meio que transmite conhecimento e os entretém.

Apesar de os jovens assistirem e acompanharem os conteúdos transmitidos pelo televisor, a grande evolução tecnológica a que temos vindo a assistir fez com que ele deixasse de ser o único aparelho pelo qual se pode assistir aos conteúdos televisivos, o que levou a uma relação bem mais fria dos jovens com o mesmo.

Os jovens, com mais sede de informação, de participação e de opinar do que os mais velhos, com todas as novas funções que a internet trouxe para os seus dias, lidam não só com os aparelhos mas também com os conteúdos de uma maneira diferente, fazendo com que isso inevitavelmente mude a sua maneira de estar e socializar.

Considerados como uma geração que nasceu já com aparelhos como os I-pads ou os computadores na mão, estes jovens estão habituados a estas tecnologias que fazem parte do seu dia-a-dia e às suas possibilidades, e sem as quais se sentem perdidos e desorientados, não sabendo viver sem elas.

2.1 Os jovens e os meios de comunicação

Os meios de comunicação evoluíram tão rapidamente que se tornaram num fenómeno estudado por muitos investigadores de muitas áreas como a história, a economia, a sociologia, a antropologia e, obviamente, as ciências da comunicação.

As facilidades que a evolução dos meios trouxe para a sociedade são inquestionáveis, tal como o facto de as novas tecnologias se terem entranhado de uma tal maneira na sociedade que já ninguém consegue “viver” sem elas.

A verdade é que a tecnologia trouxe novas ferramentas para novas funções. Assim, se

Os jovens e a televisão

[...] televisão e a rádio traziam notícias em massa de todo o mundo, as tecnologias sondadoras como a novíssima geração de telefones e as redes de computadores, permitem ir instantaneamente a qualquer ponto e interagir com ele: mesmo que esse lugar esteja já fora da órbita terrestre. (Silva, 2006, p. 16)

Gerações mais antigas tiveram que se adaptar a estas evoluções, ao contrário as mais novas, que nasceram quando as tecnologias já estavam bastante desenvolvidas, têm grande facilidade de se adaptar e, por isso, a sua maneira de estar e socializar é diferente das gerações anteriores. Não admira, assim, que os jovens tenham aderido em massa aos novos meios.

As pessoas em geral, em particular os mais jovens, interagem no seu dia-a-dia com vários meios de comunicação. Seja a televisão, a internet, as redes sociais ou os videojogos, qualquer um destes meios influencia a maneira de socializar e de estar no seu quotidiano, sendo estes mesmo meios identificados como “as principais atividades de tempos livres das gerações mais jovens, bem como os seus principais meios de informação e de entretenimento” (Pereira, 2011, p. 9).

Desta maneira, é impossível pensar na sociedade atual “sem os media que informam, condicionam e a determinam na sua organização, nos seus fins, nas suas políticas, e na sua auto análise e avaliação” (Fidalgo, 1998, p. 2).

Para crianças e jovens, os meios de comunicação funcionam como uma “educadora”, que lhes transmite conteúdos e que tem um papel tão importante e central que se transformou em “um meio privilegiado de aculturação, de formação de consciências e de transmissão de ideologias e valores” (Morais, 2009, p. 32).

2.2 Os Jovens e a televisão

Desde o seu aparecimento que a televisão é considerada um importante meio de comunicação, capaz de prender a atenção das pessoas, mostrar o que se passa além-fronteiras, entreter, dar a conhecer novas culturas e novos conceitos.

Antigamente o televisor era o centro da casa, à volta da qual a família se reunia a ver e a debater os assuntos oferecidos pela “caixinha mágica”. Hoje, as crianças e os jovens crescem numa realidade diferente, com ecrãs espalhados pela casa, em vários tamanhos e com cada vez mais funções, mudando assim a definição tradicional de televisor, o que possibilita “a visualização de conteúdos televisivos de forma independente para cada membro de um lar” (Santos, 2012, p. 6).

Assim, nos dias de hoje,

[...] ver televisão é, cada vez menos - sobretudo para os mais jovens-, sentar-se numa divisão do lar, sozinho ou acompanhado, a olhar para um aparelho de televisão, a ver um certo conteúdo. Não é que tal prática tenha deixado de existir- mas ela tem vindo, de forma lenta e gradual, a perder importância em favor de outras formas de “ver televisão”. (Serra, 2014, p. 92)

Os jovens e a televisão

A televisão tem a “capacidade de atingir as diversas classes sociais” (Pinheiro, 2010, p.5), fazendo parte do dia-a-dia das pessoas. Nos mais velhos funciona como a companhia diária, estando presente nas tarefas quotidiana, nas conversas familiares. Nas crianças, a televisão funciona como uma “contadora de histórias, apelando à fantasia e imaginação mostrando conhecimento, pessoas, lugares que de outro modo dificilmente teriam acesso”(Vidigueira, 2006, p. 25). Já para os jovens ela funciona como um fornecedor de conhecimento, apesar de cada vez ter menos importância para eles.

Portanto apesar de ter perdido importância como elemento centralizador de uma casa, o televisor assumiu “o papel de elemento da própria família, ocupando os tempos mortos, divertindo as crianças, jovens e os seus pais” (Vidigueira, 2006, p. 33).

Não podemos esquecer a importância do televisor, daquilo que ele trouxe para as nossas vidas, enriquecendo os nossos conhecimentos, entretendo os nossos dias, fazendo com que esse privilégio que outrora “era um monopólio das elites, hoje, através da televisão, está [esteja] ao alcance de todos” (Furtado, 2012, p.3).

A televisão tornou-se na companhia diária dos seus telespectadores e, mais do que isso, numa espécie de professora “que ensina inconscientemente formas de ação, valores e ideias (Vidigueira, 2006, p. 36), que vão moldando a maneira de pensar, de estar e socializar, principalmente dos mais jovens, que são mais permeáveis às novas ideias, transmitidas pelos meios de comunicação.

Durante anos, a televisão generalista foi a única a existir em Portugal, disponibilizando quatro canais, que transmitiam os acontecimentos do Mundo e do País aos portugueses, disputavam entre si a atenção dos telespectadores, de maneira a terem mais audiências. A chegada dos canais por cabo conduziu a sociedade para uma nova maneira de ver televisão, ao propiciar “com as suas séries de ficção e documentários de altíssima qualidade, a gravação manual e automática que permite ver a qualquer hora, os vídeos *on demand*, a multiplicação de ecrãs nos locais públicos e privados, os ecrãs alternativos ao do televisor, a “dupla tela” (Serra, 2015, p. 31), prendendo de um novo modo a atenção dos telespectadores, principalmente os mais jovens, que desta maneira controlam o que vêm e quando vêm.

Ao contrário dos seus pais e avós, que se habituaram ao que os canais generalistas tinham para lhes oferecer, os mais jovens têm novas exigências, “ não se contentam com o *talk-show* conduzido pela sua apresentadora preferida, ou com aquela novela que repete pela segunda vez o mesmo casal romântico” (Santos, 2012, p. 33); nascidos nesta época em que a tecnologia está bastante mais avançada, eles querem mais do que a televisão generalista tem para lhes oferecer.

O público jovem quer ver aquilo que vai ao encontro das suas preferências, sem esperar por horários, nem publicidades, podendo ele próprio fazer os seus horários segundo os seus gostos pessoais, pondo de parte tudo o que considera desinteressante. É isto que a televisão por cabo tem para oferecer, a capacidade de ir ao encontro da maioria dos gostos, adaptando os “ diferentes canais a um determinado género de telespectador. Assim, cada um deles

Os jovens e a televisão

expressa uma identidade, sendo ela conjugada com programas que demonstram uma dada forma e estilo de vida” (Santos, 2012, p. 6), agradando e agarrando, assim, o público jovem.

Todas estas mudanças fizeram com que não só aparelhos e conteúdos sofressem alterações, mas também os telespectadores. Atendendo à forma

[...] como visualizam os conteúdos oferecidos pelas estações de televisivas, é possível dividi-los em dois grupos: o primeiro que vê televisão para se distrair e informar, por falta de outros meios de cultura, informação e lazer para o fazer; o segundo que associa a televisão a algo acessório, não essencial no seu quotidiano, do qual fazem parte, por exemplo, os jovens. (Santos, 2012, p. 5)

O televisor, na sua maneira tradicional de se fazer ver, foi e ainda é o meio de comunicação mais poderoso. Ele “surgiu como eletrodoméstico familiar por excelência, aquele que levaríamos para a sala de estar, a cozinha e mais tarde graças à miniaturização, para o quarto” e, desta maneira, pode-se afirmar que se trata “provavelmente do primeiro médium que transpôs as portas de casa para fazer parte central da atividade do lar” (Correia, 2015, p. 6). Mas, apesar disso tudo, as mudanças estão à vista de qualquer um, e a sociedade encontra-se “perante uma nova era dos média, em que estas [as pessoas] se tentam adaptar constantemente aos novos padrões da sociedade de consumo” (Santos, 2012, p. 6).

A verdade é que aquilo que foi uma novidade e que agarrou tanto o público, durante estes últimos anos, com tantas mudanças e com uma exigência cada vez maior do público, deixou de ser tão importante para os jovens, que procuram outros meios, onde possam ser mais participativos, onde possam ter mais interatividade.

2.3 Os jovens e a Internet

Apesar de ser um meio recente, a internet “rapidamente se tornou num importante meio de comunicação e influência” (Montenegro, 2010, p. 23), pelas características que possui e pelo público que se deixou “contaminar” por todas as possibilidades que este meio oferece.

Ao contrário das gerações mais antigas, que se tiveram que se adaptar a todas as mudanças que as novas tecnologias trouxeram para as suas vidas, os jovens estão completamente acertados com este novo meio, sendo a tecnologia e a internet o seu habitat natural por se tratar “da primeira geração a crescer no digital, nascida num período em que computadores, a internet, os jogos de vídeo e os telemóveis são comuns” (Moura, 2009, p. 12). Sendo eles os que mais utilizam este meio, pelas “características que possui, a Internet vai ganhando mais terreno entre os jovens que gostam da versatilidade e da abertura inerente a este meio (Montenegro, 2010, p. 25).

Os jovens têm assim hábitos completamente diferentes, diferentes formas de estar, de se relacionar e socializar provocados por estas novas tecnologias. Falar cara-a-cara, ver televisão em grupo, mandar cartas e postais passou de moda, são coisas que poucos fazem.

A socialização passou a ser feita através de ecrãs ligados à internet, os jovens trocaram as brincadeiras na rua ou as conversas em cafés por brincadeiras “em sua casa em frente ao

Os jovens e a televisão

computador e falam uns com os outros através do MSN ou de SMS”, sendo a tecnologia para esta geração, “como o ar que respira” (Moura, 2009, p.12).

Nascidos e criados em casas com muitos mais equipamentos, com cada vez mais funções,

[...] os jovens são assim particularmente susceptíveis a uma socialização entre várias realidades mediáticas concorrentes ou complementares, e crescem entre uma multiplicidade de escolhas no que respeita as formas de comunicação, entretenimento e informação” (Cardoso, Lapa & Espanha, 2007, p. 25).

Nos dias de hoje, o mundo real e o virtual estão tão ligados que é complicado diferenciá-los. As pessoas, constantemente ligadas entre si em rede, deixam de conseguir diferenciar “onde” estão, por estarem em simultâneo em dois “mundos” e esses dois “mundos” se complementarem.

O ciberespaço faz com que as pessoas deixem de vivenciar num só espaço, numa só comunidade e num só mundo, para se passar a “co-habitar espaços, comunidades, mundos” (Silva, 2006, p. 2), que são oferecidos por esta plataforma, diferente de todos os outros meios, por ser fácil de manusear e consultar, onde todos têm acesso e têm liberdade de dar voz aos seus pensamentos.

As características da Internet são bastante apelativas: a velocidade e a facilidade com que este meio conclui ações, chega às pessoas, acede à informação faz com que elas estejam em muitos lugares ao mesmo tempo, comuniquem com várias pessoas mesmo que geograficamente distantes. “

A Internet vai acumulando fãs que vêm nos meios oferecidos por esta plataforma uma nova maneira de comunicar. São os jovens os que mais tempo passam neste mundo virtual, onde convivem com outras pessoas mesmo que geograficamente distantes, jogam, fazem compras, podem “ser proprietários de espaços, podem ficar o tempo que quiserem ou puderem, podem visitar uma cidade ou um amigo, e finalmente também podem ficar perdidos e completamente desorientados” (Silva, 2006, p. 6).

Tudo se passa na Internet. A partir dela consegue-se chegar a qualquer destino, ter informação sobre qualquer assunto, comunicar com as pessoas que se encontram do outro lado do mundo, ter liberdade de expressão, ser invisível ao mesmo tempo que se angariam amigos nas redes sociais. A Internet torna-se o meio onde “os jovens aprendem conteúdos, e incorporam práticas sociais que assumem depois nos seus comportamentos quotidianos” (Morais, 2009, p. 28).

Várias foram as ferramentas que foram criadas através deste novo meio, aproximando ainda mais culturas e sociedades. As redes sociais tornaram-se bastante populares entre os utilizadores e fãs desta nova maneira de comunicar. Do Facebook, ao Twitter, passando pelo Orkut ou pelos blogues, todas estas ferramentas conquistaram as pessoas, principalmente os jovens que “aderiram em massa a esta nova forma de comunicar. À medida que a tecnologia cibernética tem vindo a invadir distintos campos da vida pública e privada, a cultura vista em termos tradicionais, sofre uma mudança radical (Silva, 2006, p. 17).

Os jovens e a televisão

Estando ligados à rede, os utilizadores têm acesso à informação “sobre o que mais importante se vai passando no mundo, captando a atenção e tomando grande parte do tempo das pessoas através de noticiários, espetáculos, filmes, documentários, propaganda política, etc.” (Morais, 2009, p. 19), fazendo com que a sociedade fique agarrada aos ecrãs que se multiplicam, e às suas funcionalidades.

Dentro de casa, como já foi referido, o televisor deixou de ter a importância que outrora teve. O computador fixo (*desktop*), visto como um instrumento de trabalho e de estudo, é superado pelo portátil, capaz de ser transportado para qualquer lado. Os telemóveis, com cada vez mais funções, “transcendem o mero ato de falar pelos dispositivos para se converter em pequenos computadores que nos permitem continuar a trabalhar, aprender e organizar-nos onde quer que estejamos” (Moura, 2009, p. 4). Os *tablets* ligam pessoas à rede tanto no conforto das suas casas como num café ou num passeio, logo que exista ligação à internet.

As relações físicas começam a ficar cada vez mais limitadas, em especial as dos jovens, em que é “notório um maior interesse pela comunicação via Internet, até porque são cada vez mais as possibilidades proporcionadas em frente ao pequeno ecrã do computador” (Rodrigues, 2007, p. 2). A realidade é que tudo ajuda a que isso aconteça, da tecnologia que evolui rapidamente, à multiplicidade de ecrãs e ao acesso” à Internet sem fios (Wi-fi) que oferece outras dinâmicas de acesso e de uso da rede, no quotidiano” (Moura, 2009, p.3). Cada vez mais estar no mundo virtual é como estar no real: a qualquer hora, a qualquer momento e em qualquer sítio.

O aparecimento das redes sociais definidas como “tecnologias e práticas online usadas por pessoas ou empresas para disseminar conteúdos, provocando o compartilhamento de opiniões, ideias e perspetivas” (Paraíso, 2011, p. 7) faz com que a comunidade virtual cresça a olhos vistos, e sites como o Facebook, o Twitter ou os blogs, têm cada vez mais popularidade, principalmente entre os jovens, já que passam a ter a “capacidade de intervir, rompendo com o esquema tradicional emissor-recetor, na medida em que os tradicionais recetores passam agora a emissores. Esta é uma das consequências da simplificação do acesso à difusão de conteúdos na web” (Rodrigues, 2007, p. 3).

Nas redes sociais, a vida dos utilizadores é exposta e através dos dispositivos que hoje estão ao alcance de qualquer um, e que permitem que estejam constantemente ligados, atualizando os seus perfis com fotografias, vídeos, pensamentos ou mesmo partilhas de músicas.

Os jovens travam amizades através de ecrãs, falam com pessoas e sentem-se mais confortáveis e confiantes para “ expressar os seus sentimentos, opiniões sobre os mais variados assuntos, ou simplesmente para buscar popularidade” (Arruda *et al*, 2010, p. 6).

A verdade é que toda a exposição que existe nas redes sociais evidencia que os jovens, hoje em dia, vivem “ para estar na rede, para aparecer, para ser consumido como informação” (Arruda *et al*, 2010, p. 8), pois é a partir das suas páginas e nos conteúdos que lá publicam que ficam conhecidos, que são seguidos e que angariam gostos e seguidores como se de “estrelas” se tratassem.

Os jovens e a televisão

Neste meio não existe anonimato, todos querem ser conhecidos, mostrando os seus pensamentos e as suas vidas, ao mesmo tempo que vão criando as suas listas de amigos, pois eles “buscam identificar-se com os demais usuários de uma rede virtual e, para isso, recorrem a uma maior exposição das suas habilidades e conhecimentos para serem reconhecidos e, conseqüentemente integrados ao grupo” (Tavares & Almeida, 2013, p. 5).

Os computadores, os *tablets* e os telemóveis tornam-se aparelhos indispensáveis no dia-a-dia dos jovens, pelas funcionalidades e capacidades que possuem, são máquinas de comunicar que fazem com que as “representações da cultura na sociedade” se tornem “plurais e heterogêneos” (Galvão, 2007, p. 3), mudando a maneira como a sociedade se relaciona com as novas tecnologias, o que leva “a uma transformação não só nas expressões culturais, como na sua apreensão e difusão” (Sobral, 2009, p. 150).

Estes dispositivos que funcionam como mini computadores passam a acompanhar as pessoas nos seus dias, surgindo como “catalisadores deste processo de evolução dos media, permitindo a mobilidade do utilizador baseado na comunicação sem fios e com largura de banda cada vez maior” (Correia, 2015, p. 93), à medida que aumentam os sítios onde se podem ligar à internet e a qualidade da ligação é melhor.

As comunidades virtuais crescem assim de acordo com os gostos, maneiras de estar e de ser de cada utilizador. Estas comunidades mediadas pelo computador ou outro dispositivo ligado à internet constroem um “lugar social que não seja baseado: nem em poses territoriais, nem em relação ao poder, nem em relações institucionais” mas sim em torno, “de interesses comuns na partilha do saber, na aprendizagem cooperativa e em processos de colaboração” (Silva, 2006, p. 18).

A Internet e as novas tecnologias trouxeram para a sociedade mais do que um novo meio, uma maneira de aproximar culturas e pessoas, fazendo que as pessoas não recebessem só a informação, mas também tivessem a possibilidade de informar, podendo-se concluir que a “relação passiva com o ecrã “objeto” acabou, as novas plataformas introduziram uma serie de relações inovadoras entre os utilizadores e os ecrãs” (Pato, 2008, p. 6). Essas plataformas chamaram atenção da maioria da sociedade, em particular dos jovens que viram neste meio uma possibilidade de se expandirem em matéria de ideias, cultura e conhecimentos.

Parte II

Investigação Empírica

Capítulo 3. Metodologia e desenho da investigação

Dos mais antigos aos mais recentes, todos os meios de comunicação têm um papel importante na sociedade.

Em família, com amigos ou sozinhos, os aparelhos, cada vez em maior número e mais sofisticados, apresentam-se como companheiros do dia-a-dia, com os quais conseguimos aprender, ter contato com outras pessoas e com o mundo, de maneira fácil e sem demoras.

Os tempos mudaram, a tecnologia evoluiu e com isso os desejos das pessoas, em particular dos jovens, sobre os quais se incide o nosso estudo. Nascidos e familiarizados com todos os meios de comunicação, com os aparelhos e as suas possibilidades, querem coisas bem diferentes das gerações mais velhas.

3.1 Objetivos da investigação

A investigação feita neste trabalho serve, no essencial, para perceber até que ponto a televisão generalista, ainda capta a atenção dos jovens; se ela, que já foi considerada o meio de comunicação mais importante, faz parte dos hábitos e dos dias dos mesmos. Serve também para perceber, como os jovens lidam com os restantes meios e como eles influenciam a sua maneira de estar.

Vários autores acreditam que poderá estar para breve a morte da televisão, pelas possibilidades que a Internet trouxe para a vida das pessoas, principalmente para os jovens que trocaram as novelas e as notícias dadas pelos canais generalistas pela possibilidade de fazerem os seus próprios horários e verem o que querem. Como qualquer crença, não é certo que esta sobre a “morte da televisão” seja segura - como o nosso estudo (também) procurará mostrar.

3.2 Perguntas da investigação

Para realizar a investigação, foi importante pensar nas perguntas de partida, tendo sido escolhidas as seguintes: Qual a relação dos jovens com a televisão? Que tipo de televisão veem, e como o fazem? E que relação estabelecem eles entre a televisão e os novos meios, móveis e digitais?

3.3 Instrumentos de recolha de dados

Para realizar a presente investigação, além da pesquisa bibliográfica feita para perceber a história e a evolução da tecnologia, tal como as mudanças que existiram na sociedade em geral e nos hábitos dos jovens em particular em relação aos meios de comunicação, foi necessário entrar em contacto direto com o grupo em estudo, neste caso com os jovens. Esse contacto traduziu-se na realização de questionários a uma amostra de jovens entre os 15 aos 30 anos, e de um grupo focado (*focus group*) integrando também um conjunto de jovens, e destinado a aprofundar as respostas dos questionários, de maneira a chegar a conclusões mais ricas do ponto de vista qualitativo.

3.4 Procedimento metodológicos

O universo da nossa investigação eram os jovens portugueses com idades compreendidas entre os 15 e os 30 anos.

Decidimo-nos por estas idades depois de consultarmos a definição da categoria etária “jovem” apresentada por organizações como a ONU, a OMS e o INE. Apesar de as primeiras entidades (ONU e OMS) considerarem como jovens aqueles que têm idades compreendidas entre os 15 e os 24 anos, o INE considera como tais os que têm idades dos 15 aos 30 anos, achando nós que seria a definição do INE que melhor se ajustava ao nosso trabalho - que, sendo um trabalho sobre jovens portugueses, utilizaria dados estatísticos sobre os jovens portugueses.

Foi a 4 de Dezembro de 2014 que começámos a distribuir os inquéritos, numa primeira fase de pré-teste a 10 jovens, de maneira a percebermos se o questionário estava legível e sem falhas, para que corresse da melhor maneira a entrega e o preenchimento dos questionários a fazer posteriormente à nossa amostra.

Comprovado que o questionário estava apto, começou-se o seu preenchimento de forma *online*. A sua entrega aos inquiridos foi feita pelas redes sociais, mais propriamente pelo *Facebook*, e responderam a ele 221 jovens. Decidimos realizar a entrega dos inquéritos desta maneira por o *Facebook* ser um meio popular entre os jovens e ser prático e fácil para chegar ao público em estudo das várias zonas de Portugal, incluindo as ilhas.

Quando já tínhamos uma amostra considerável - a nossa intenção inicial era chegar aos 200 questionários preenchidos -, fechámos a entrega dos questionários, o que aconteceu no dia 9 de Janeiro de 2015, passando depois à sua análise.

Depois de feitos e analisados os questionários, procedemos à realização dos grupos focados de maneira a retirar conclusões mais aprofundadas e mais claras. Para isso escolhemos 11 jovens, ficando um grupo com um grupo com 5 e o outro com 6 jovens, com idades entre os 15 e os 30 anos, tal como já tinha acontecido em relação aos questionários.

Esses 11 jovens correspondiam a dois grupos. Um primeiro grupo juntou-se em Baião - um concelho do Porto, de onde eu sou natural -, e incluía jovens com idades entre os 15 e os 20

Os jovens e a televisão

anos. O segundo grupo juntou-se na Covilhã, por ser a cidade onde estudo, e incluía jovens dos 20 aos 30 anos.

Os locais de reunião dos dois grupos foram escolhidos por conveniência, por me poder encontrar no local e realizar os trabalhos; e os jovens foram escolhidos aleatoriamente, tentando que tivessem idades e cursos diferentes de maneira a chegar a respostas mais ricas e diversificadas.

Como já dissemos, durante a realização dos grupos focados procurámos aprofundar as questões já feitas nos questionários. Apesar de nos dois grupos as perguntas terem sido bastante parecidas, a verdade é que tivemos que nos adaptar às idades dos jovens com quem estávamos a trabalhar. No primeiro grupo, por serem mais novos, não se alargaram muito nas respostas, limitando-se praticamente a concordar ou não com as questões que eram lançadas; já no segundo grupo alimentaram a conversa, dando opiniões próprias sobre os temas abordados.

Capítulo 4. Análise dos resultados

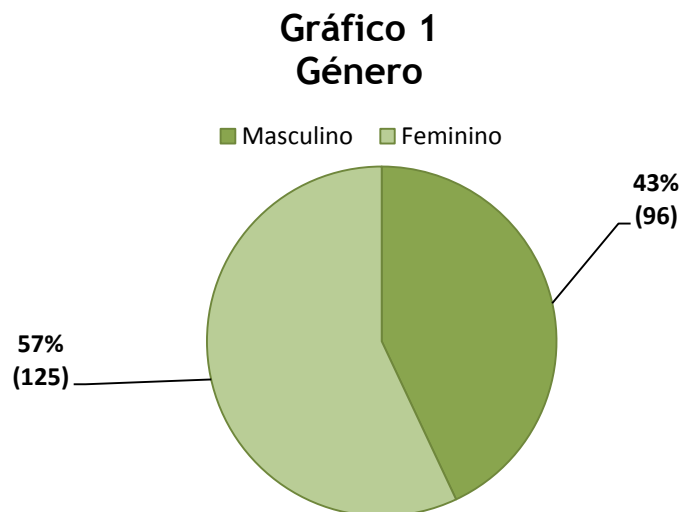
O mundo ficou mais “perto” da sociedade através dos meios de comunicação. Estes meios despertam a atenção das pessoas, principalmente dos jovens que atualmente estão constantemente ligados entre si, conectados pelos meios, mudando a sua maneira de socializar e de ver o mundo.

Depois da análise dos dados recolhidos, pretendemos perceber como as novas tecnologias influenciam a vida dos jovens, a programação televisiva que mais vai ao encontro dos seus gostos, quais os meios que mais utilizam e o porquê disso acontecer.

4.1. Questionários

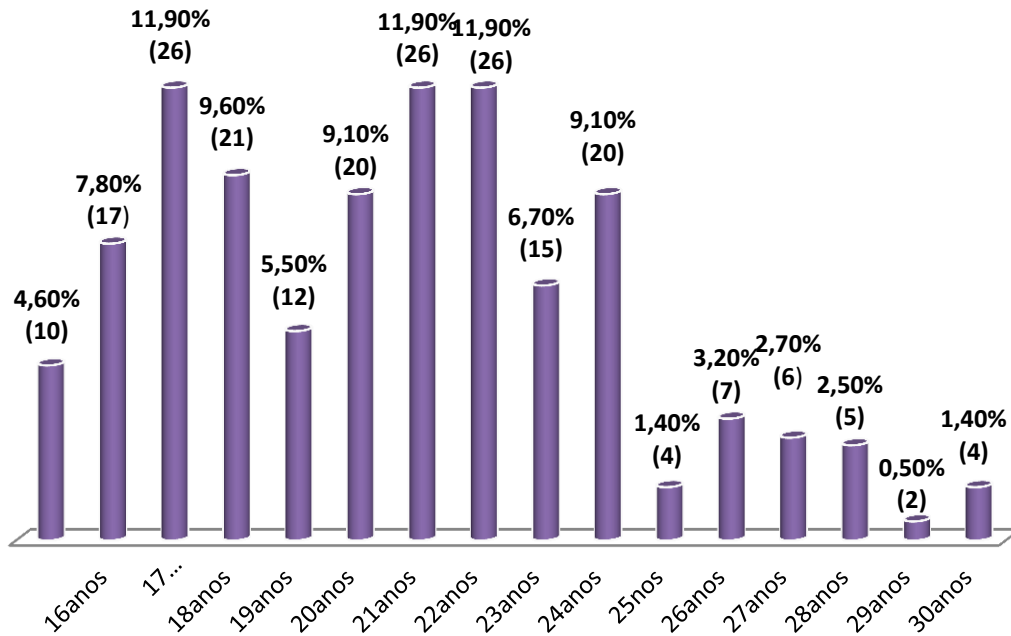
Caracterização da amostra

Como já foi referido, foram 221 os jovens que responderam a este questionário, sendo que 57% (125 jovens) é do sexo feminino, contra 43% (96 jovens) do sexo masculino. (Gráfico1).



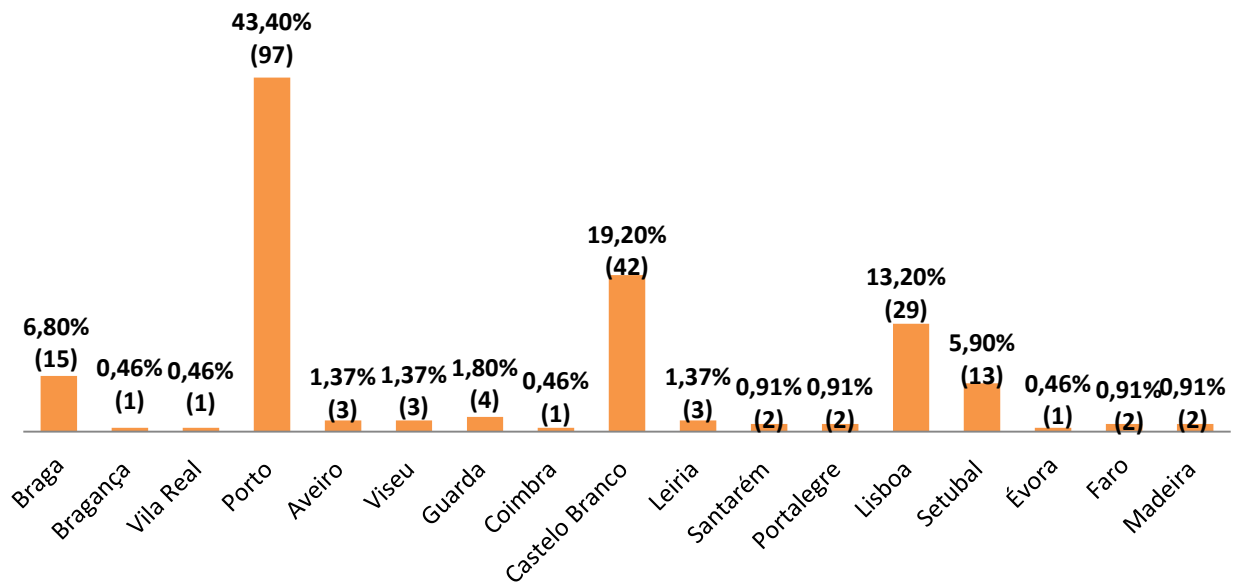
Em relação as idades, os jovens que responderam a este inquérito têm dos 15 aos 30 anos, sendo que a maior frequência, 11. 90 % (26 jovens), verifica-se nos que têm 17, 21 e 22 anos (Gráfico 2).

**Gráfico 2
Idade**



Dos inquiridos, 43,40 %, ou seja, 97 dos jovens pertencem ao distrito do Porto, 19,20 %, que corresponde a 42 jovens, a Castelo Branco, e 13,20%, correspondentes a 29 jovens, a Lisboa. Estes são os distritos com maiores percentagens, mas o questionário foi respondido por jovens dos vários distritos de Portugal continental e Ilhas (Gráfico 3).

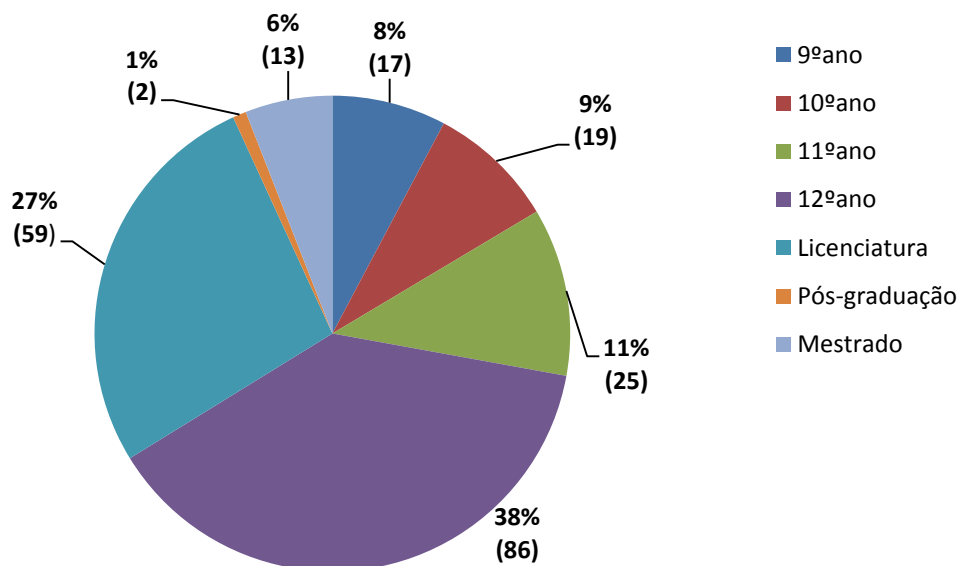
**Gráfico 3
Localidade**



Os jovens e a televisão

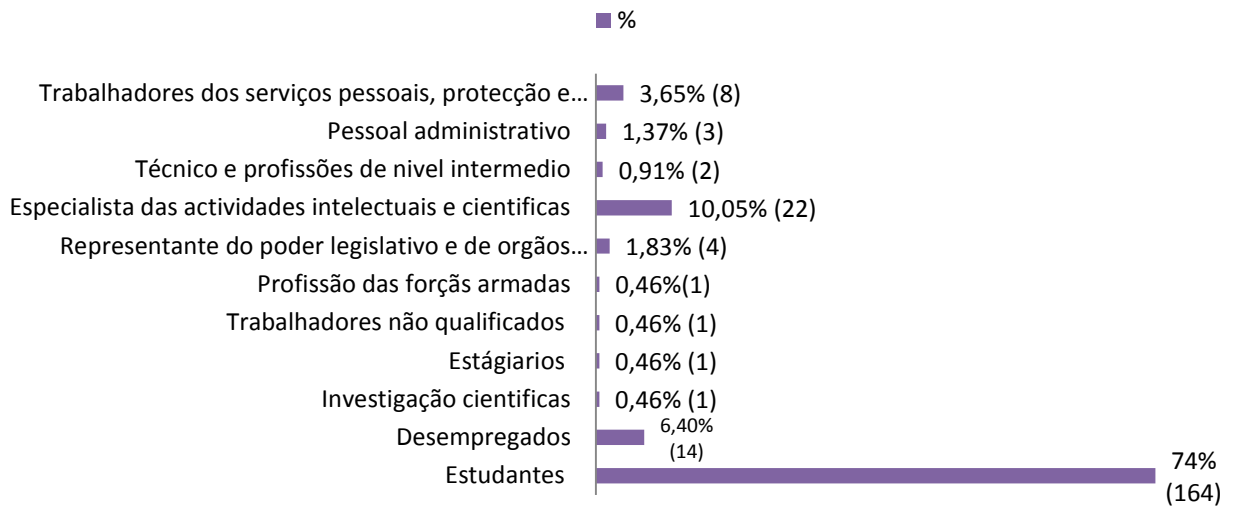
Em relação às habilitações literárias, 38% dos inquiridos têm o 12º ano e 27% a licenciatura, o que mostra que a maioria dos jovens que responderam a este inquérito tem instrução a nível secundário ou superior (Gráfico 4).

Gráfico 4
Habilitações literárias



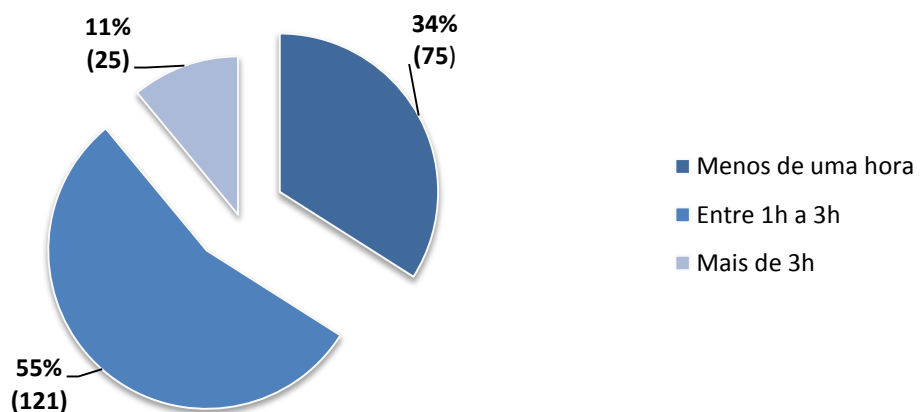
Sendo um inquérito destinado a jovens, e visto que a maioria das respostas dadas é de jovens com 17, 21 e 22 anos, eles têm como ocupação dominante o estudo na escola ou universidade (Gráfico 5).

Gráfico 5
Ocupação/ Profissão

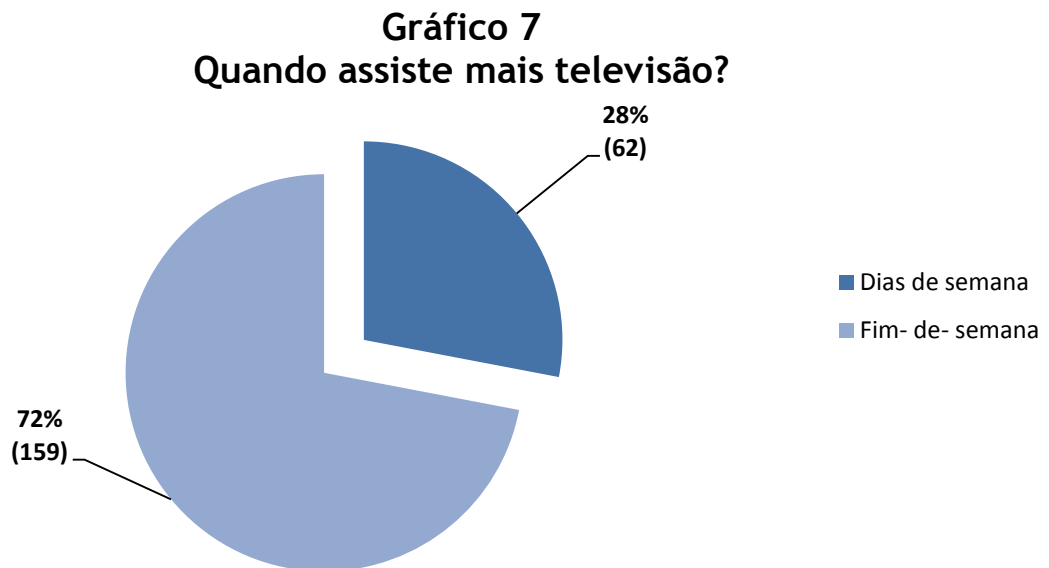


A realização desta investigação destina-se a saber qual a importância que a televisão tem para os jovens; daí querer-se saber quanto tempo é que eles gastam a ver televisão. Como mostra o Gráfico 6, a maioria, 55%, vê televisão entre 1h a 3h por dia.

Gáfico 6
Quanto tempo vê televisão por dia (horas) ?

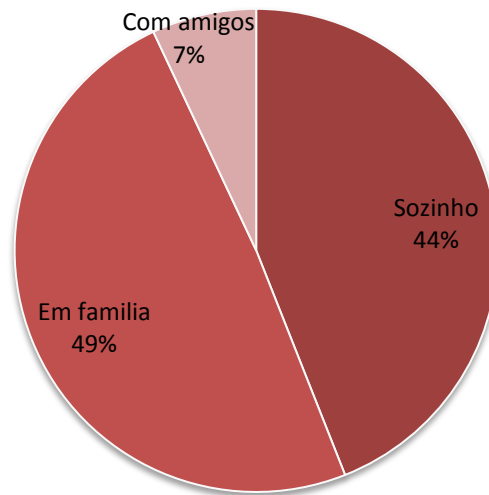


No que se refere a saber quando veem televisão, 72% dos inquiridos veem televisão com mais regularidade ao fim de semana, contra 28% que assiste nos dias de semana (Gráfico 7).



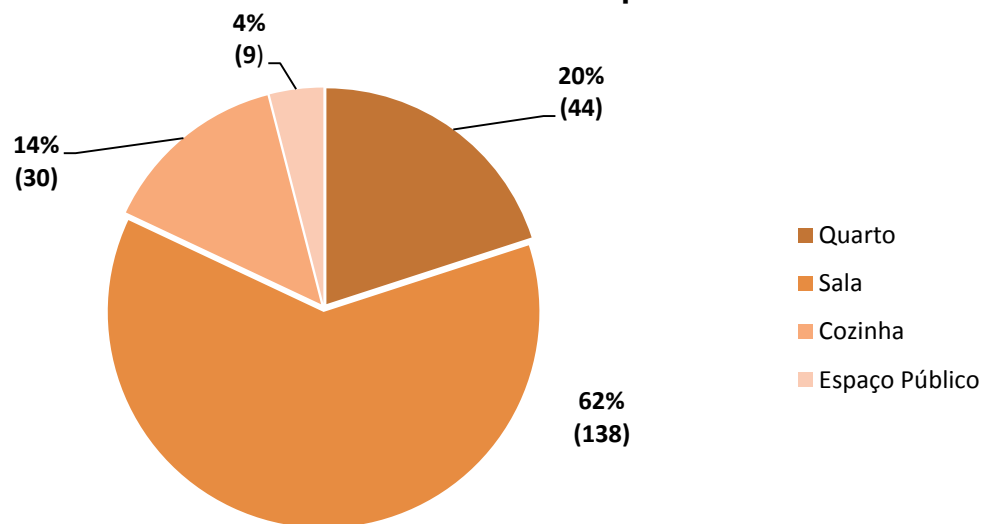
Os ecrãs duplicaram e as televisões espalharam-se pela casa, entraram nos quartos, cozinhas e deixaram de ser a parte central de uma casa. Sabemos que os novos meios de comunicação vieram fazer com que as pessoas se isolassem, e socializassem mediadas por aparelhos. A verdade é que a maior parte dos inquiridos, 49%, respondeu que assiste televisão em família, e 44% sozinhos, deixando para último a opção de ver televisão com amigos, que obteve apenas 7% das respostas (Gráfico 8).

Gráfico 8
Como costumamos assistir televisão?



Quando a televisão apareceu, foi na sala que ela se instalou e que permitiu às pessoas verem e conhecerem mais do mundo. As respostas aos questionários permitem verificar que essa tendência continua, pois 62% responderam que é na sala que vêm televisão com mais frequência, contra 20% no quarto. Estas respostas permitem também supor que a maior parte dos jovens não terá aparelho de televisão no quarto, e que aí utiliza, sozinho, sobretudo os novos meios comunicação (computador, *tablet*, etc.) (Gráfico 9).

Gráfico 9
Onde vê televisão com mais frequência ?



Os jovens e a televisão

Como já foi dito na primeira parte deste estudo, com todas as evoluções e possibilidades da Internet, os outros meios migraram para esta plataforma, de maneira a acompanhar este crescimento e a popularidade que tem junto dos utilizadores.

No inquérito que fizemos, colocámos aos jovens a seguinte questão: “Que dispositivo utiliza para ver televisão (sendo 1 menos e 5 mais)?” Apesar de ser a maneira tradicional, parece que é pelo televisor que os jovens mais vêm televisão, mesmo se há alguns que utilizam as outras plataformas, como o computador e o *tablet*, para o fazer (Gráficos 10 a 14).

Gráfico 10 Televisor

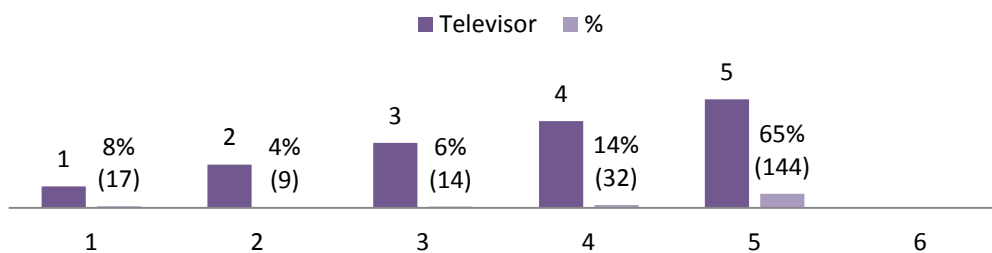
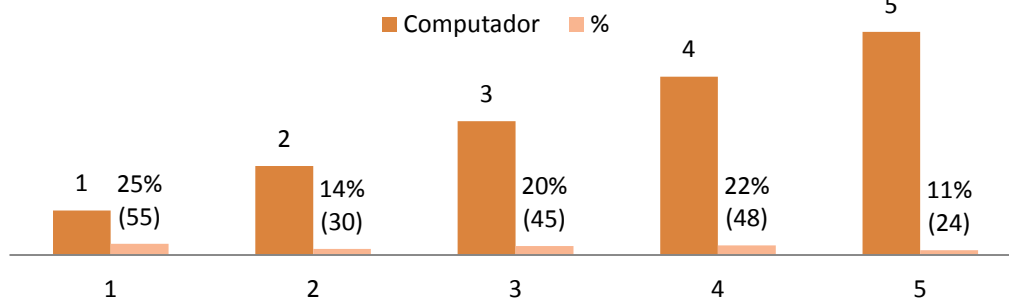
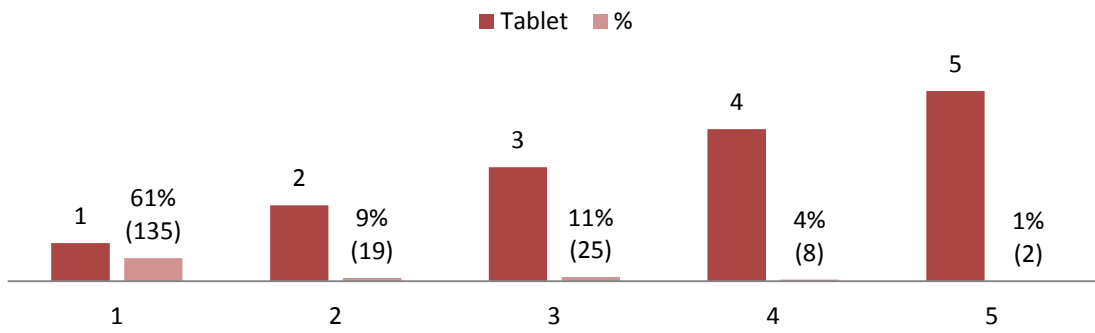


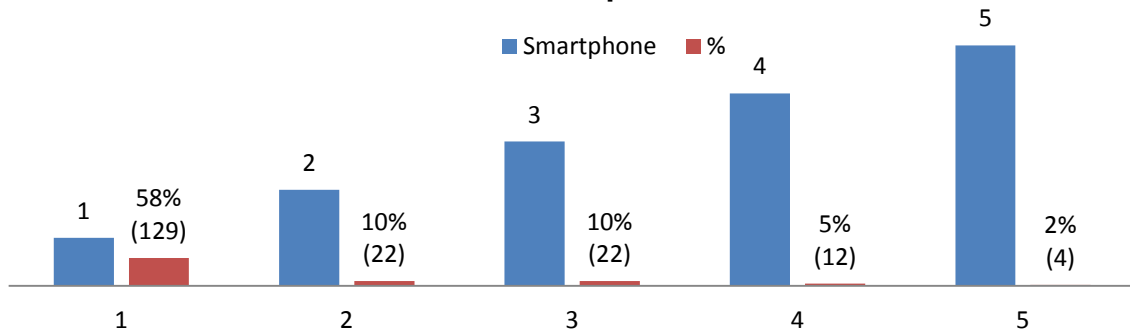
Gráfico 11 Computador



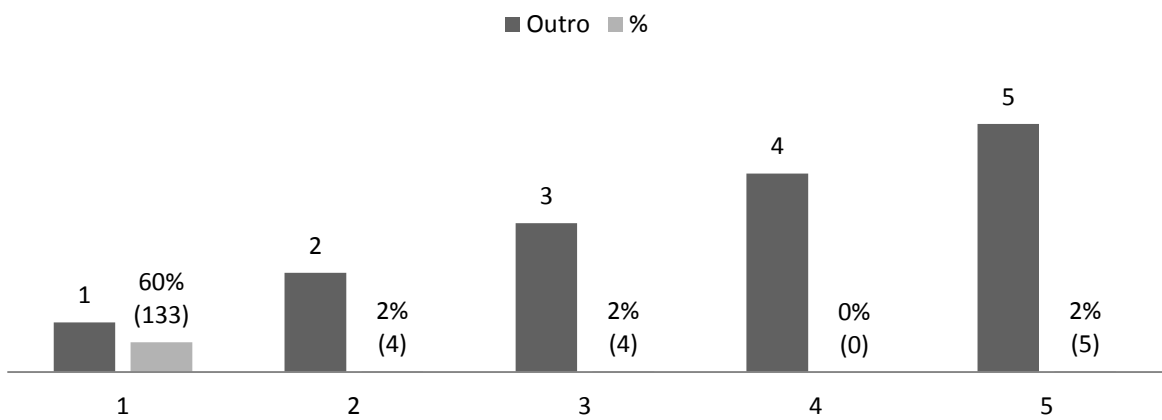
**Gráfico 12
Tablet**



**Gráfico 13
Smartphone**



**Gráfico 14
Outro**



Os jovens e a televisão

Querendo saber qual a importância da televisão na vida dos jovens, também é importante saber os que lhes prende a atenção e o que mais gostam ou menos gostam. E, portanto, saber quais os canais a que mais assistem.

Tal como dissemos na primeira parte, com a chegada dos canais por cabo, os telespectadores começaram a ter mais possibilidades de escolha. Estes canais com mais produtos para oferecer aos consumidores e com conteúdos específicos, para todos os gostos, chamaram a atenção dos jovens, que passaram a ver com mais frequência o que queriam, sem terem que esperar por horários específicos, como acontece com os canais generalistas.

Isso confirmou-se neste inquérito, concretamente quando se pedia aos jovens “Ordene os canais do que mais vê ao que menos vê (sendo 1 menos e 5 mais)”. Assim, temos 57% dos inqueridos a responder que vê, sobretudo, canais por cabo. Nos canais generalistas, a TVI e a SIC são os canais que reúnem mais adeptos (Gráficos 15 a 19).

Gráfico 15 RTP1

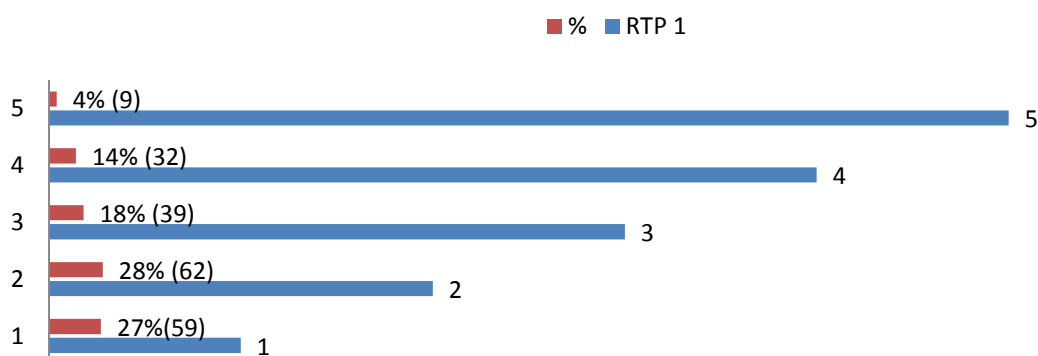


Gráfico 16 RTP2

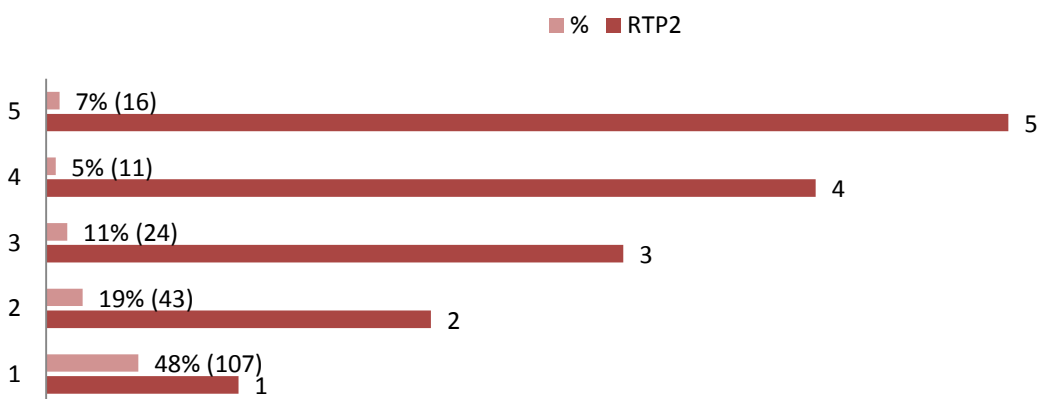


Gráfico 17
Sic

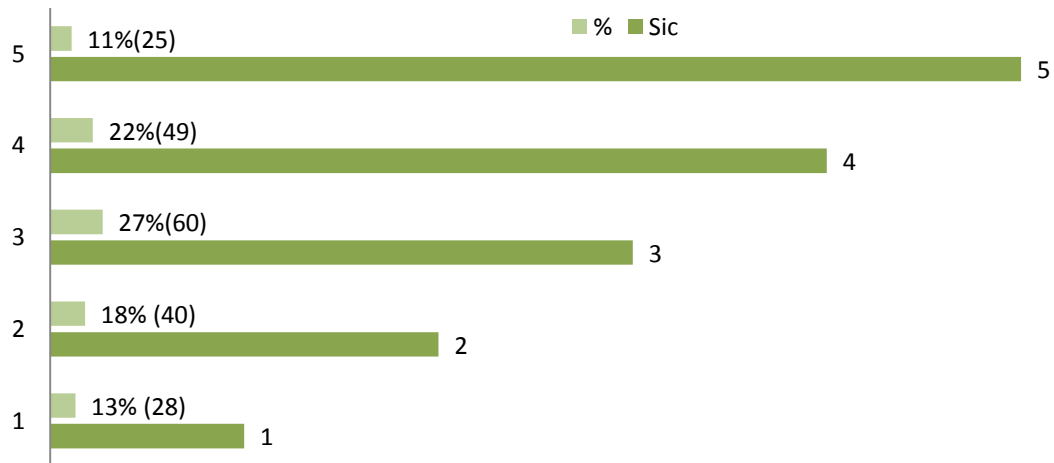


Gráfico 18
TVI

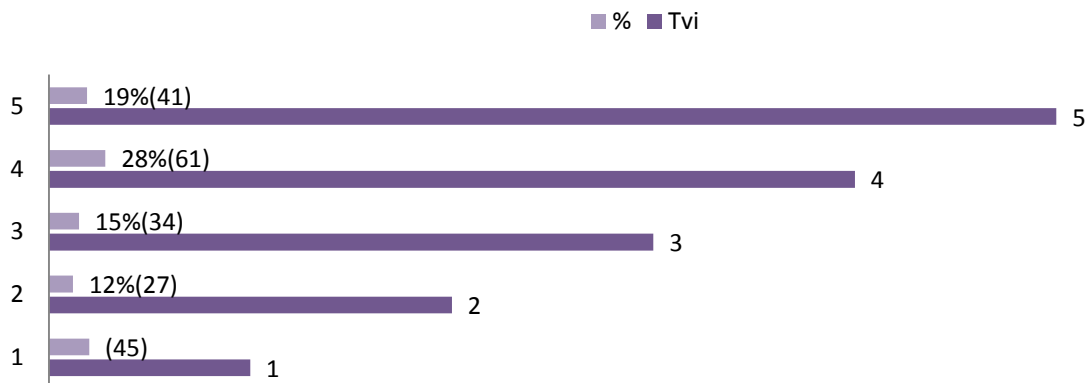
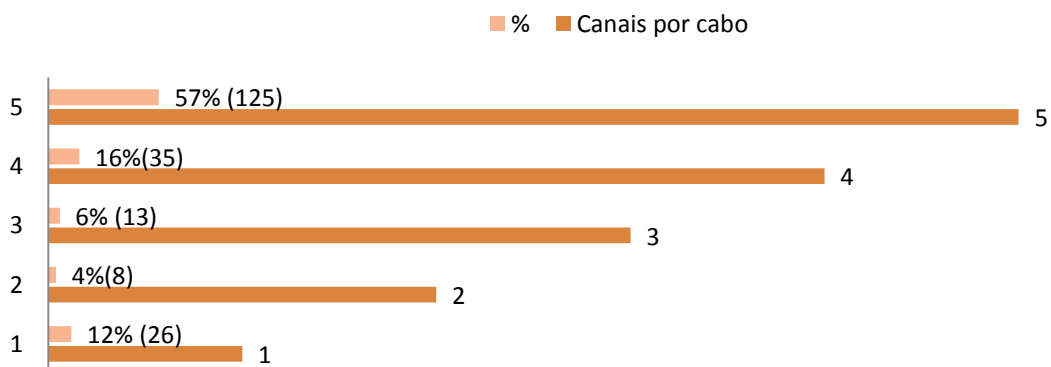


Gráfico 19
Canais por cabo



Os jovens e a televisão

A maioria dos que escolheram os canais generalistas, 72%, assumem que assistem mais estes canais por gostar dos conteúdos (Gráfico 20). Já quanto aos que escolheram canais por cabo, segundo 52% dos inquiridos tal preferência acontece porque aquilo que esses canais oferecem vai mais de encontro aos seus gostos, afirmando 48% que é por terem maior diversificação de conteúdos (Gráfico 21).

Gráfico 20

Se escolheu algum canal generalista dos que assiste mais, indique a principal razão a que se deve a sua escolha.

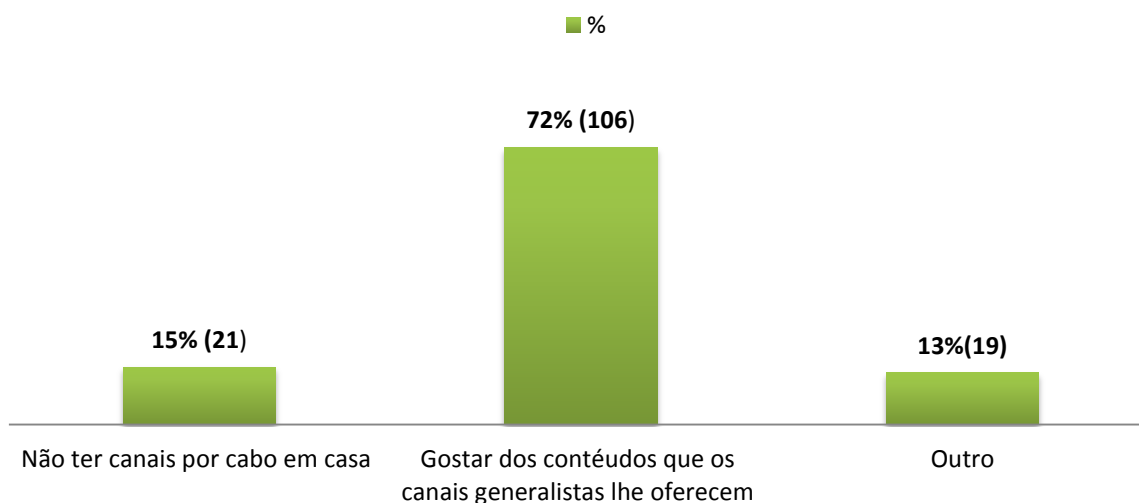
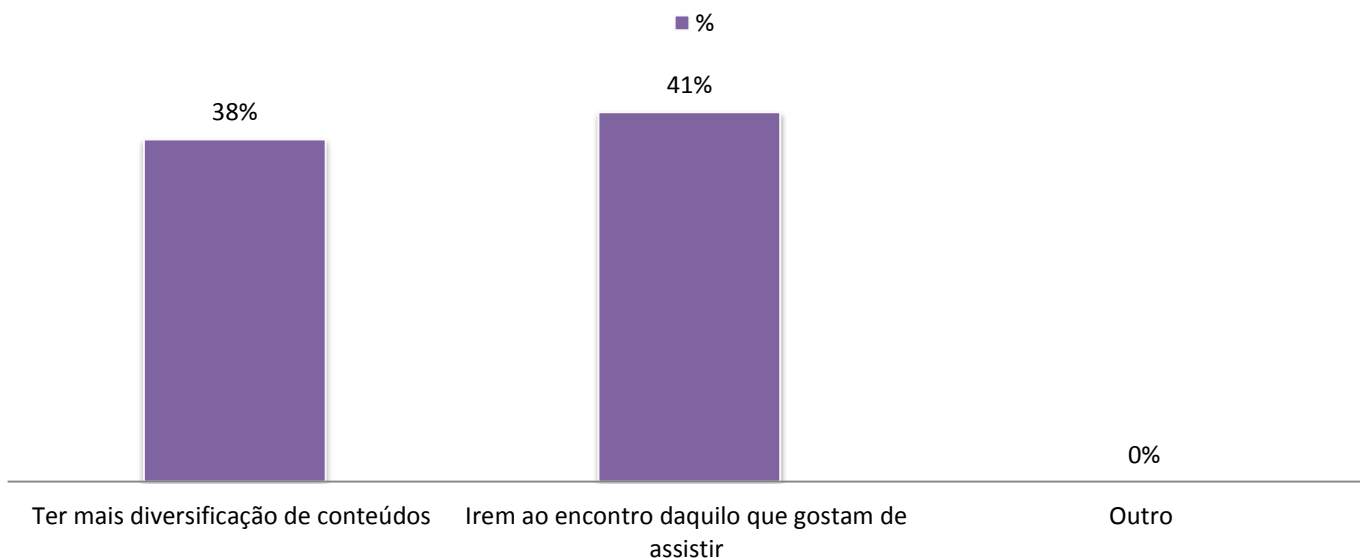


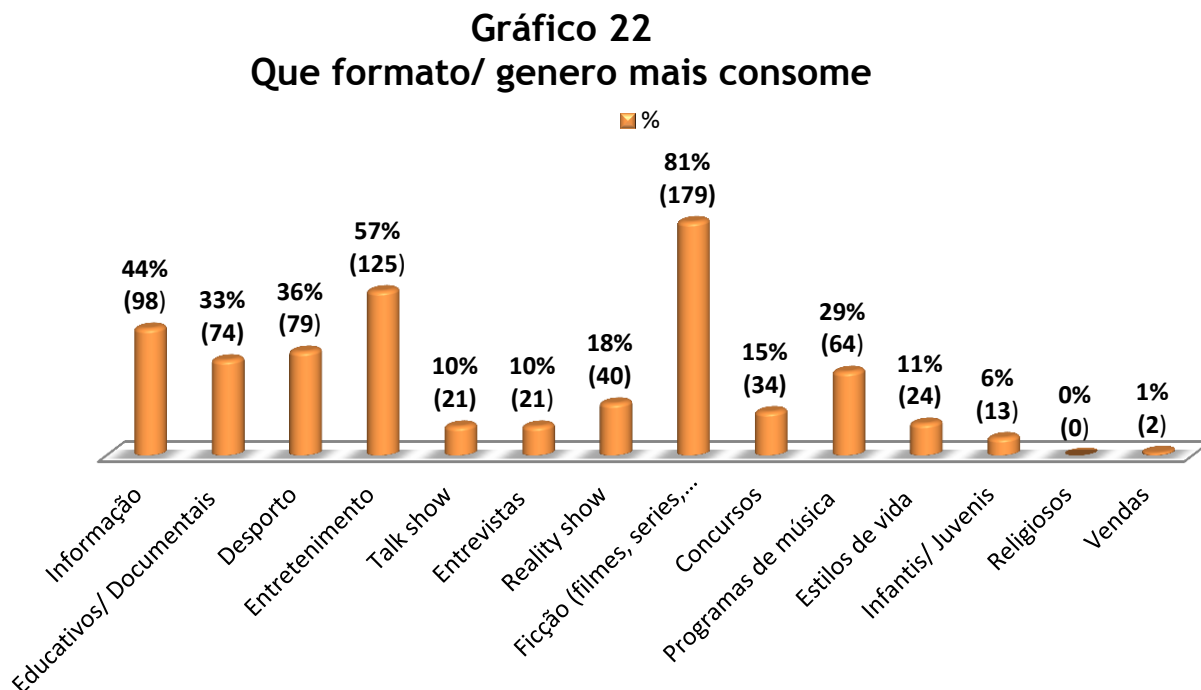
Gráfico 21

Se escolheu canais por cabo dos que assiste mais, indique a principal razão a que se deve essa escolha.



Os jovens e a televisão

Os jovens inquiridos dividem a sua atenção pelos vários formatos, sendo que 81% assistem a ficção, 57% entretenimento e 44% informação, sendo estes os três formatos mais vistos pelos jovens que responderam ao questionário (Gráfico 22).



Quando se solicita aos candidatos “Classifique os 4 canais generalistas numa escala de 1 a 5 (sendo 1 mau e 5 bom)”, verifica-se que todos eles obtêm menções mais positivas do que negativas, com algum destaque para a SIC (Gráficos 23 a 26).

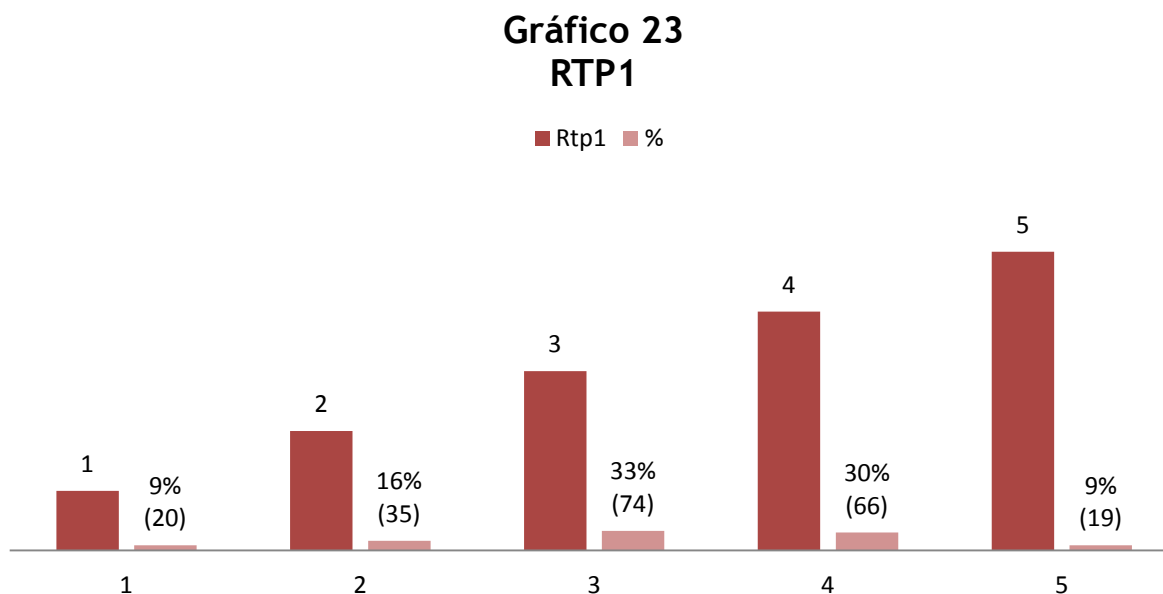


Gráfico 24
Rtp2

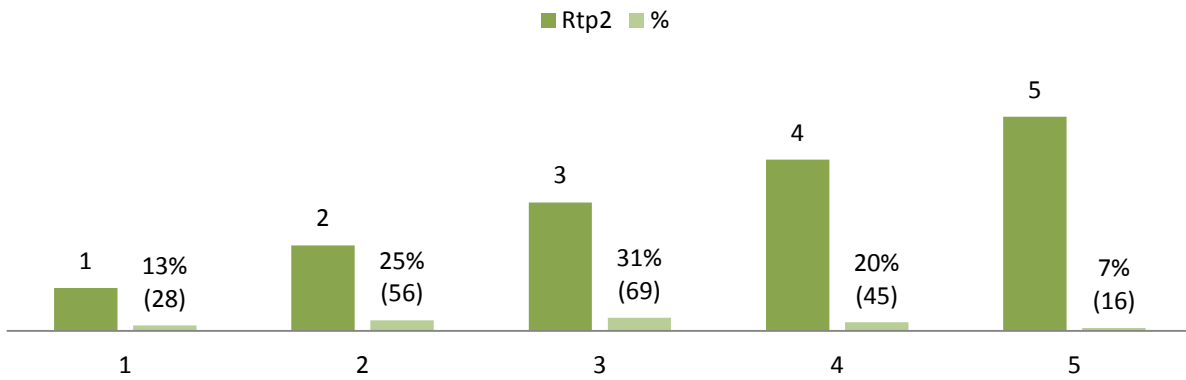


Gráfico 25
Sic

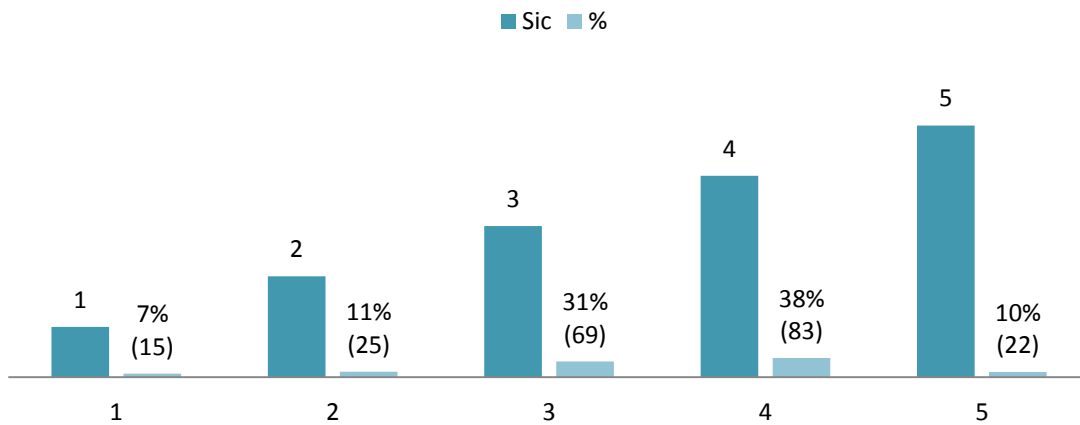
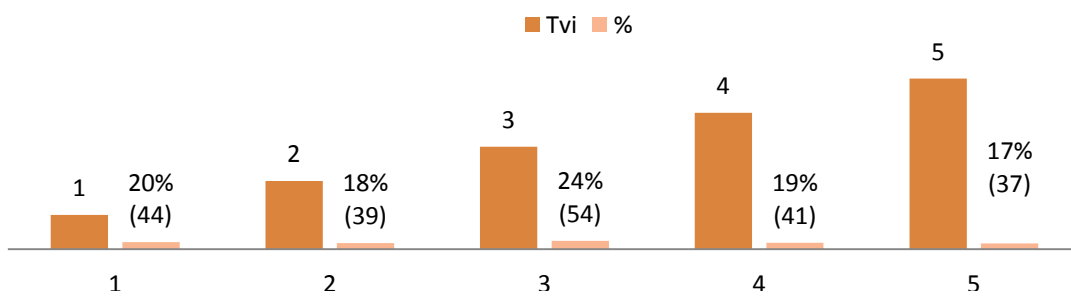
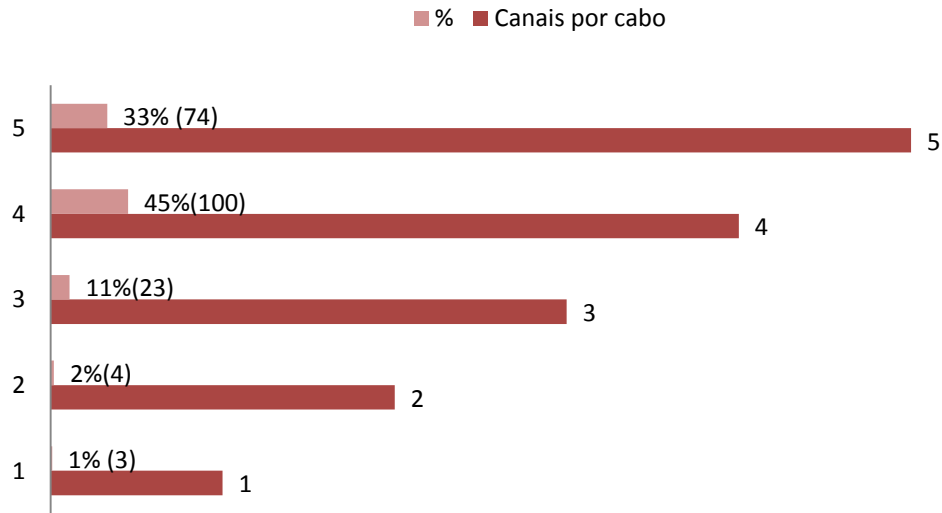


Gráfico 26
Tvi



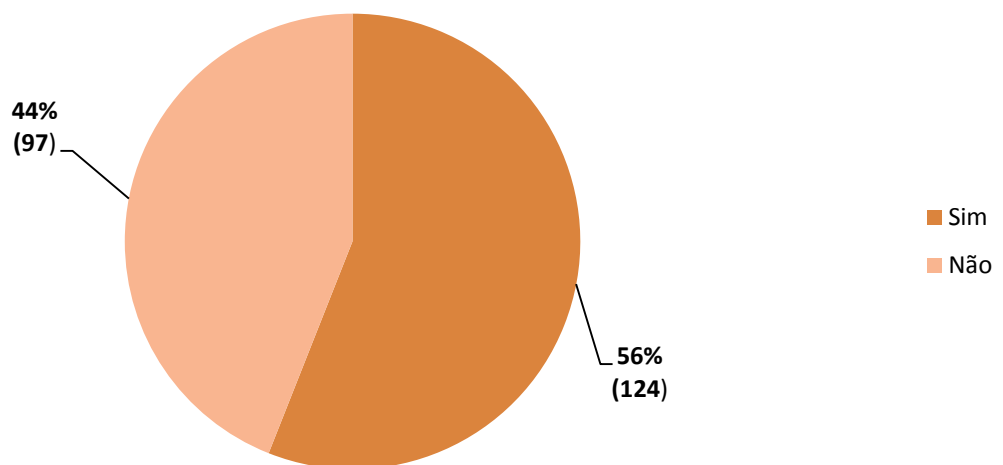
Quando se pede aos inquiridos “Classifique os canais por cabo numa escala de 1 a 5 (sendo 1 mau e 5 bom)”, a maioria indica estes canais nos níveis 4 (45%) e 5 (33%) (Gráfico 27).

Gráfico 27
Canais por cabo



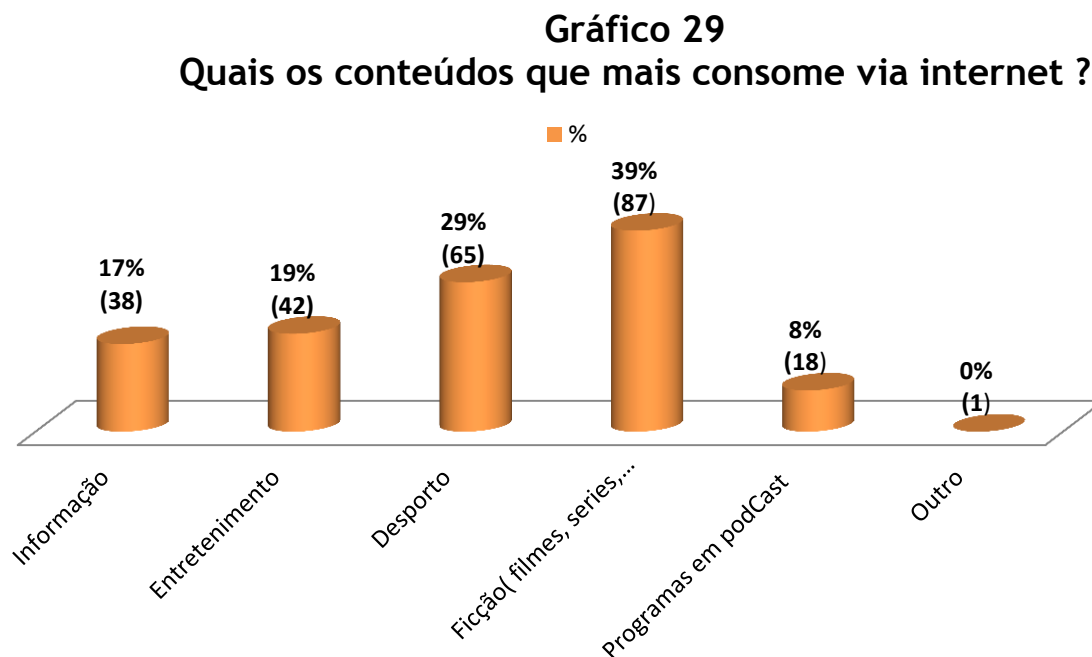
Assistir televisão já deixou, há algum tempo, de se poder fazer exclusivamente pelo televisor, podendo-se assistir televisão por qualquer outro dispositivo ligado à internet - sendo que 56% dos inquiridos já utilizam essa possibilidade para assistir televisão (Gráfico 28).

Gráfico 28
Costuma ver televisão pela internet?



Os jovens e a televisão

Tal como aconteceu quando questionados sobre que conteúdos assistem mais através da televisão, em que o maior número respondeu ficção, também a maioria assiste mais ficção via internet, verificando-se um valor de 39%; no entanto, aqui são o desporto (com 29%) e o entretenimento (com 19%) que vêm, respetivamente, em segundo e terceiro lugares (em vez do entretenimento e da informação, como no caso da televisão) (Gráfico 29).



Como foi referido na primeira parte desta dissertação, as redes sociais mudaram as formas de comunicação e socialização das pessoas. Tornaram-se plataformas importantes, das quais todos querem fazer parte, fazendo-se notar e estando em cima dos acontecimentos - porque é na rede que tudo acontece, onde tudo acontece.

Assim, dos 221 inquiridos, 100% afirmou que pertence a alguma das redes sociais, sendo o *Facebook* e o *Twitter* as que têm mais utilizadores, com 100% e 28%, respetivamente (Gráficos 30 e 31).

Gráfico 30
Pertence a alguma rede social?

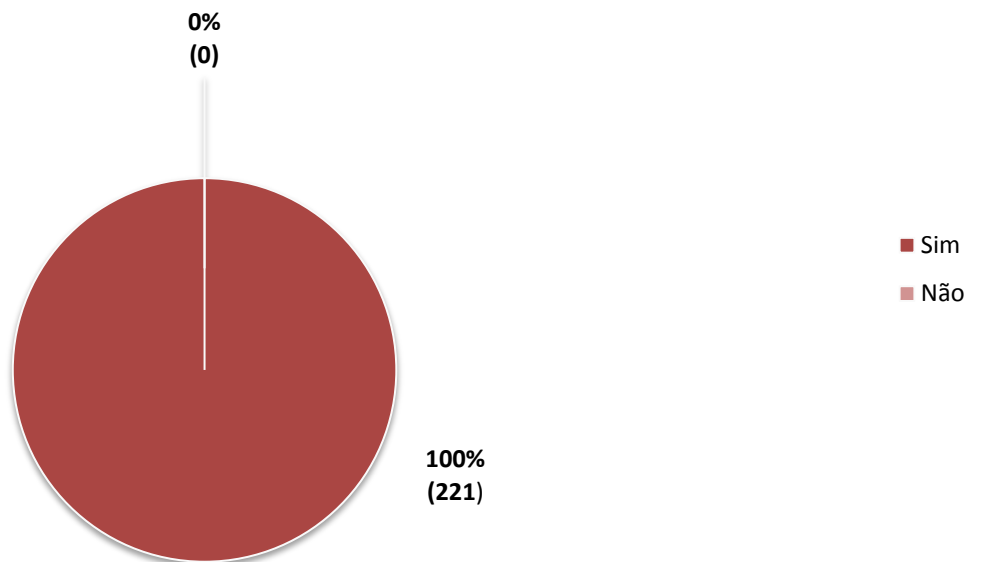
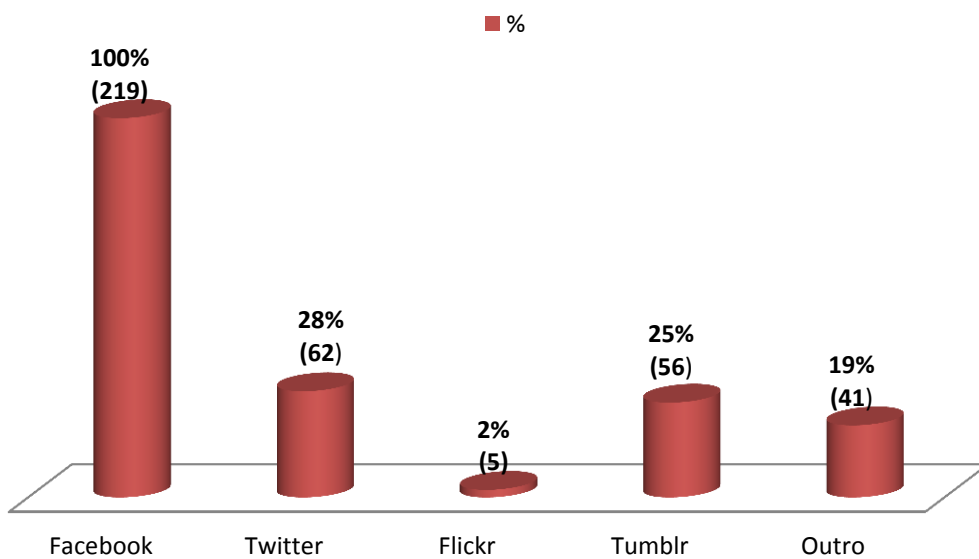


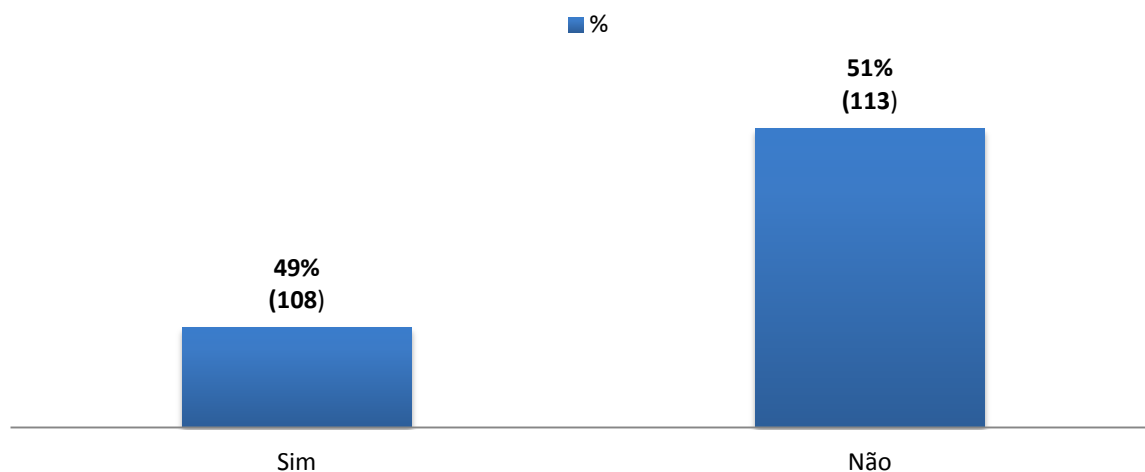
Gráfico 31
Se sim, qual ou quais ?



Tudo chega em primeira mão às redes sociais, e lá é partilhado e visualizado por milhares de pessoas, em pouco tempo. As redes sociais tornaram-se, assim, numa ferramenta a utilizar pelas televisões, e não só, para publicitar, dar a conhecer e chegar mais depressa ao público que, por sua vez, pode entrar em contacto direto, e em tempo real, com essas mesmas televisões.

Isto mesmo é confirmado pelo nosso questionário, havendo 49% dos inquiridos que seguem páginas de canais de televisão nas redes sociais, de maneira a estarem a par e mais atualizados acerca daquilo que transmitem (Gráfico 32).

Gráfico 32
Tem por hábito acompanhar algum canal de televisão por alguma página ou rede social



Apesar de seguirem páginas de canais televisivos nas redes sociais, 75% dos inquiridos dizem não ter por hábito partilhar conteúdos disponibilizados nessas páginas, contra 25% que os partilham.

Quando questionados sobre os conteúdos mais partilhados nas redes sociais, informação e desporto, com 14% e 8%, respetivamente, são os conteúdos mais partilhados (Gráficos 33 e 34).

Gráfico 33
Costuma partilhar conteúdos disponibilizados nessas paginas ?

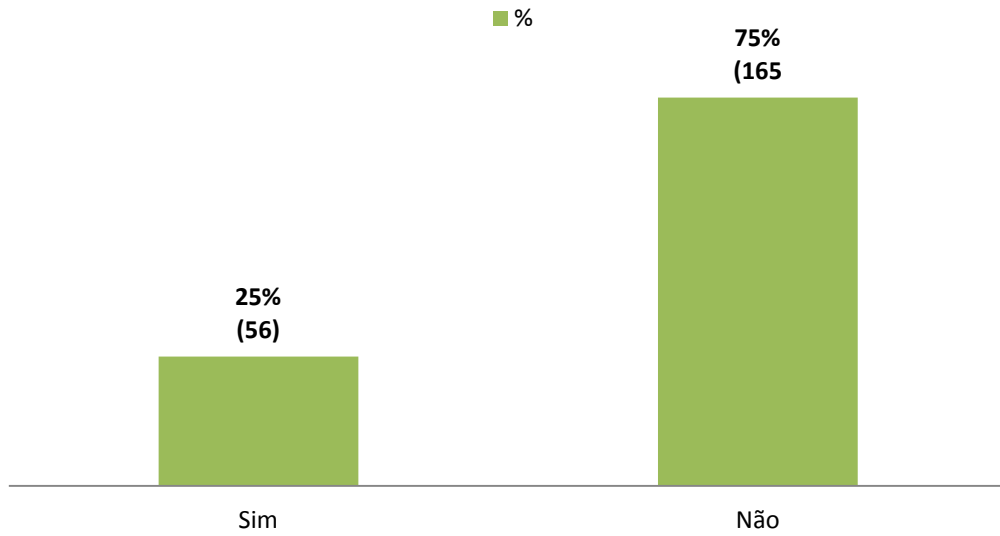
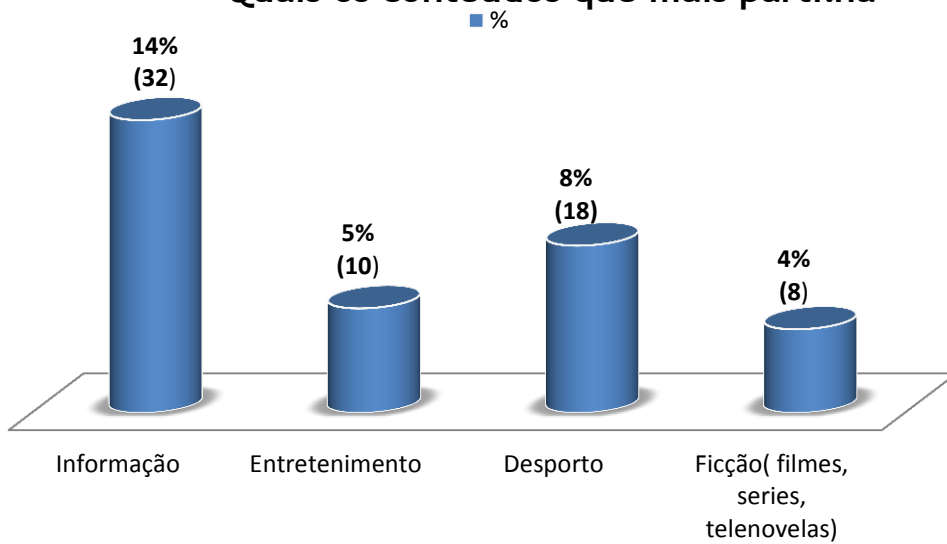
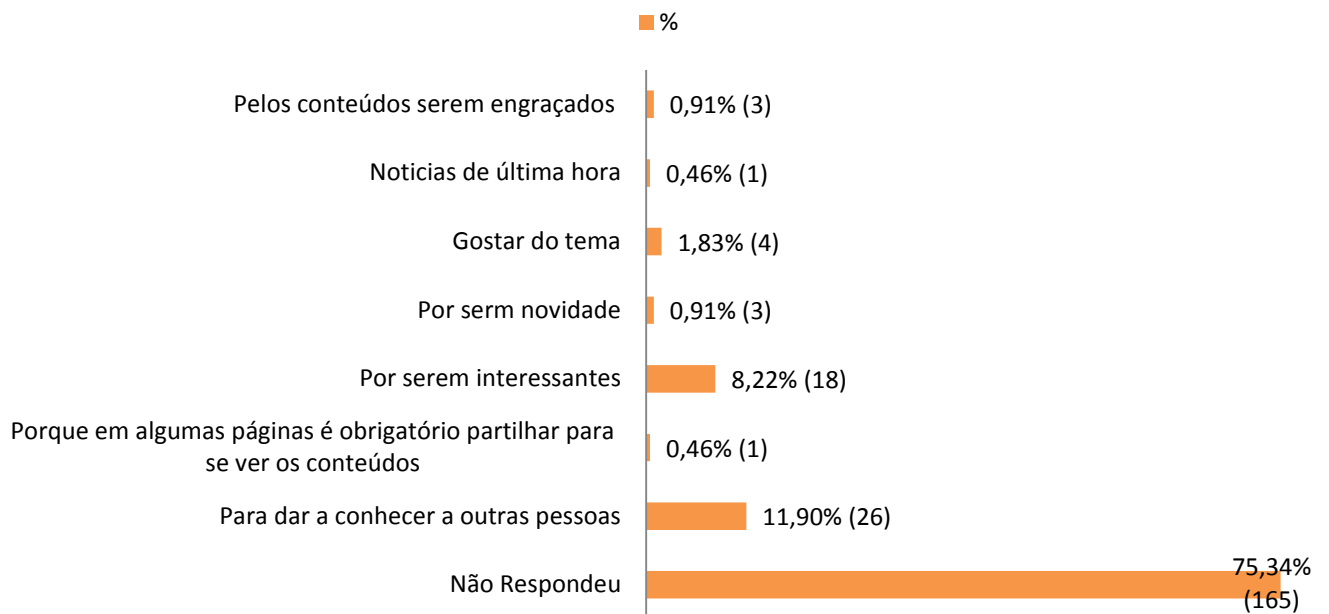


Gráfico 34
Quais os conteúdos que mais partilha



As principais razões que levam os jovens inquiridos a partilharem os conteúdos nas suas páginas pessoais das redes sociais são a intenção de dar a conhecer a outras pessoas tais conteúdos (11,90%), e acharem que os temas são interessantes (8,22%) (Gráfico 35).

Gráfico 35
Razões que levam a partilha de conteúdos



4.2 Grupo focado (*focus group*)

Como referimos atrás, durante a realização das sessões colocámos a cada um dos dois grupos de jovens um conjunto de questões/tópicos, que guiaram a discussão. Apresentamos, a seguir, para cada uma dessas questões/tópicos, uma súmula das conclusões da respetiva discussão.

Como, quando e com que regularidade veem televisão

Os dois grupos de jovens em estudo não foram concisos sobre a maneira como veem televisão. No primeiro grupo, com idades entre os 15 aos 20 anos, os jovens veem televisão mais ao fim de semana, pelo facto de durante semana terem outras atividades, como por exemplo a escola, o que deixa pouco tempo livre. O jovens do segundo grupo, com idades entre os 20 e os 30 anos, dizem ver mais televisão durante a semana, aproveitando os dois dias do fim de semana para outras coisas, nas quais só entra a televisão se for para assistir a um jogo de futebol ou um documentário importante.

Para os dois grupos não existem problemas em assistirem televisão acompanhados, alias, segundo eles, até preferem. É com a família que têm por hábito ver televisão, aproveitando para comentar o que vai acontecendo na tevê, tentando assistir àquilo de que todos gostam - e, se assim não for, “ganha” quem chegar primeiro ao comando.

Consideram ainda que o que leva as pessoas a ver televisão, muitas vezes, nem é o conteúdo mas o apresentador ou a atriz que aparecem, e que influenciam o gosto das pessoas.

Assistir televisão por outros dispositivos

A internet ganha cada vez mais adeptos, pelas suas funcionalidades serem cada vez mais e melhores. Quanto à possibilidade de se poder ver televisão pela internet, os jovens dos grupos admitem que assistem mais televisão pelo televisor, mas que, se por alguma razão perderem um programa e/ou não o conseguirem ver pelo meio tradicional, então recorrem à internet.

Embora a imagem não seja tão boa como no televisor e por vezes pare e apareça publicidade no início do conteúdo, a verdade é que, comparando isso com a televisão generalista, dizem preferir *“mil vezes ver publicidade logo no início do vídeo na internet do que ter que passar de 5 em 5 minutos a ver publicidade na televisão”*.

Mesmo assim, o televisor é mais prático e tem uma melhor qualidade de imagem, e só quando ele falta é que optam por assistir em tempo real pela internet.

Segundo os jovens, e depois de tudo que já foi referido, nem todos sabem utilizar os novos dispositivos e a internet. Principalmente no caso de alguns dos mais velhos, o facto de não saberem utilizar estas novas ferramentas faz com que vejam televisão de uma maneira

Os jovens e a televisão

diferente dos mais novos. Notam isso comparando-se também aos seus pais, *“eles (pais) vêm de forma mais religiosa a televisão porque desconhecem outras maneiras de verem tevê”*.

Canais generalistas versus canais por cabo

Quando se colocou a alternativa entre canais generalistas e canais por cabo, os dois grupos responderam que preferem os canais por cabo.

A preferência recai nestes canais por terem mais variedade, estarem criados para um público segmentado e irem ao encontro dos gostos de cada um, e ainda pela possibilidade de gravação ou de “voltar atrás na programação”, permitindo ver o que se quer e quando se quer, criando os seus próprios horários.

O mesmo não acontece nos canais generalistas, que apresentam conteúdos muito repetitivos, com pouca variedade e intervalos muito longos, o que cansa quem está a ver televisão, levando os jovens a acreditarem que *“a programação dos canais generalistas está feita para os mais velhos”*.

Dentro da televisão pública, os canais SIC e TVI são os que têm conteúdos mais atrativos e que, por serem mais sensacionalistas, chamam mais a atenção, apesar de se achar que isso já começa a mudar.

As soluções que propõem para que os canais generalistas prendam a atenção dos mais jovens é a de apostarem mais em desporto e séries nacionais, diversificarem mais os conteúdos para chegarem a todas as faixas etárias, e reduzirem os intervalos publicitários.

Redes sociais

Todos os jovens que participaram neste estudo pertencem a alguma rede social, sendo que o *Facebook* é a que reúne mais adeptos. Segundo os jovens, isso acontece porque as outras redes sociais não são tão faladas.

Os jovens consideram que é na internet que tudo acontece e onde tudo se sabe, ou porque fazem parte do gosto de cada um, e então as novidades vão aparecendo no *feed*, ou então porque um amigo partilhou. Notícias, músicas e filmes são exemplos de conteúdos acedidos através destas redes sociais.

Na sua maioria, os jovens não têm por hábito partilhar conteúdos postados por canais televisivos, mas seguem algumas páginas nas redes sociais; e acreditam que o facto de esses canais televisivos possuírem páginas nessas redes, isso faz com que se aproximem mais do público, e que isso beneficie tanto as estações televisivas como as pessoas.

Quando partilham conteúdos, fazem-nos para darem a sua opinião ou para darem a conhecer algo aos seus amigos.

A socialização dos jovens

A maneira de socializar já não é o que era, hoje as conversas fazem-se mais pelos dispositivos do que cara a cara.

Para os jovens, principalmente para o segundo grupo (mais velhos), os mais novos exprimem-se melhor pelo computador, fazendo com que seja complicado terem uma conversa sem um dispositivo por perto.

“Um café e a palavra-passe, por favor!”, é isto que mais se houve num café em que, apesar de irem em grupo, os jovens se ligam ao mundo virtual, *“estamos aqui há 3 horas, e 2 horas e meia foram passadas a olhar para o telemóvel ou para outro dispositivo, o que torna difícil ter uma conversa”*-

Para eles a internet pode ser um perigo e influenciar certas atitudes, mas também pode servir para alertar acerca de algumas situações, por exemplo o *bullying*.

Será que a televisão está a morrer?

Na opinião destes jovens a televisão não vai desaparecer, pelo menos não o conteúdo, vai é desaparecer a forma tradicional de ver televisão, ou seja, no televisor. Eles consideram que a televisão se vai moldar às novas realidades e vai fazer como a rádio fez, por exemplo com a criação dos *podcasts*. Para além disso, a televisão generalista vai passar a ser mais do género da televisão por cabo.

Capítulo 5. Discussão e conclusões

Os jovens e a televisão

Tendo os jovens como público-alvo, tentámos perceber qual a influência e importância que a televisão ainda tem nos dias de hoje, principalmente para as gerações mais novas - que, contrariamente as mais antigas, têm mais opções e uma tecnologia bem mais evoluída, que leva a que possam fazer bem mais do que sentarem-se numa divisão do lar a ver os conteúdos que a televisão dá a conhecer. Ou, dito por outras palavras, perceber a ligação que hoje, em que existem muitos mais meios de comunicação, têm os jovens com o televisor, que tempo gastam em frente deste aparelho e a forma como o fazem, e como se reflete isso no dia-a-dia dos jovens e na maneira de serem e estarem.

Para isso, levámos a cabo uma investigação empírica através de um questionário que administrámos *online*, e que foi respondido por 221 jovens, e ainda, da realização de dois grupos focados, em que entrevistaram 11 jovens - tendo, posteriormente, analisado os dados quantitativos e qualitativos recolhidos através destas duas técnicas.

Essa investigação empírica foi antecedida de uma revisão teórica que incidiu em temas como o aparecimento da televisão e a sua evolução e importância, o surgimento de novos dispositivos, e que permitiu sublinhar a atração que os mais novos têm pelos novos meios de comunicação, bem como a sua diferente atitude em relação à televisão.

Desde o seu aparecimento que os meios de comunicação tiveram um papel ativo e importante na sociedade, estando presentes em grande parte das atividades do dia-a-dia, influenciando a maneira de estar dos indivíduos e grupos, criando modas e maneiras de pensar.

Quando a televisão apareceu em Portugal, vivia-se num regime autoritário, fechado e sem liberdade de expressão. Foi ela que, em grande medida, “levantou o véu” daquilo que é o mundo, deitando por terra mitos, informando e entretendo as pessoas. Por ser algo novo e inovador, prendeu a atenção das pessoas que, se antes em menor número de aparelhos se juntavam em cafés para assistir televisão, com o passar do tempo passou esse aparelho cada vez mais sofisticado a ser o centro das casas e das conversas que surgiam muitas vezes pelos conteúdos transmitidos pelo televisor.

Nos dias de hoje, ainda que em menor grau, a televisão continua a ser a companhia de muitos e a fonte de entretenimento diário. A maioria dos jovens objeto do nosso estudo vê televisão de 1 a 3 horas por dia, sendo que 72% dos jovens essas horas são gastas sobretudo ao fim de semana, justificando essa escolha pelo facto de durante os dias de semana terem outras atividades, como exemplo a escola. Já 28% dizem preferir ver televisão durante os dias de semana, neste caso estamos a referir-nos a jovens mais velhos (23 - 26), que preferem aproveitar o fim de semana para outras atividades, sendo que a televisão só aparece nos planos se for por um jogo de futebol ou por um documentário importante, por exemplo.

As novas tecnologias e a multiplicidade de ecrãs que se espalharam pelas casas levaram a uma individualização dos consumos por parte das pessoas que, com televisores ou outros meios a seu dispor, podem assistir ao que querem sozinhos, sem interferir com os gostos dos outros que, por vezes, são diferentes. No entanto, nos questionários, 159 jovens, ou seja, 72% dizem preferir ver televisão em família, sendo que a sala - o sítio onde a família se reúne - é

Os jovens e a televisão

onde mais gostam de disfrutar da televisão, não existindo problemas em ver os conteúdos em conjunto, já que normalmente os gostos até são parecidos.

Apesar de muitas coisas terem mudando ao longo dos tempos e depois de tantas evoluções, existem sempre coisas que se mantêm, e a televisão ainda é um instrumento que gera discussão e conversa entre os familiares - sendo essa a justificação que os jovens deram para preferirem ver televisão acompanhados, já que tal possibilita comentarem os conteúdos que aparecem na caixinha mágica.

A evolução tecnológica veio mudar a maneira de ver o mundo e de lidar com ele, dando outras possibilidades às pessoas e facilitando, dessa maneira, as suas vidas. Foi essa evolução que também fez com que a televisão fosse perdendo importância e popularidade, principalmente entre os mais jovens. Estes vivem rodeados de aparelhos cada vez mais sofisticados, não sendo para eles a televisão o mais atrativo. Esse papel cabe hoje aos dispositivos que, ligados à internet, fazem as delícias dos seus utilizadores, dando para conhecer pessoas, locais, fazer compras, ver televisão em tempo real ou em gravação, em suma, descobrir um mundo que tem imensas coisas para oferecer.

A internet é, de facto, um meio muito popular entre os jovens, que usam e abusam dela. No entanto, a sua utilização para ver televisão ainda não é muito frequente: 65% dos jovens dizem preferir ver televisão pelo meio tradicional, pelo televisor, contra apenas 11% que dizem assistir os conteúdos por outros dispositivos, sendo o computado a hipótese mais apontada. Esta escolha tem a ver com o facto de que pelo televisor é mais prático visualizar os conteúdos e a qualidade de imagem também é melhor, utilizando-se outros meios apenas quando se perde o conteúdo na televisão - que se substitui pela visualização em *stream* ou pela gravação nos dispositivos-, quando os conteúdos que dão na televisão não são do seu agrado ou, então, quando não possuem um certo canal no televisor.

Mas não foi só em aparelhos que a tecnologia avançou, mas também em conteúdos que se multiplicaram. Pensando nos jovens, facilmente nos apercebemos de que eles - que nasceram num meio com múltiplos ecrãs e próximos dos conteúdos, absorvendo tudo aquilo que o mundo virtual tem para lhes oferecer -, querem bem mais do que aquilo que os mais velhos querem, pois sabem que existe muito mais e que as possibilidades são quase infinitas. Os jovens não se contentam com as novelas, os telejornais com horas de transmissão, eles querem os conteúdos que vão ao encontro dos seus gostos, querem poder comandar aquilo que vêm e quando o vão fazer, sem horários ou intervalos gigantes que fazem com que ver televisão se torne um aborrecimento.

O aparecimento da televisão por cabo impulsionou ainda mais este fator. Criada para um público segmentado, com conteúdos próprios de cada canal, dando para todos os gostos, estes canais conseguem reunir o maior número de preferências. Assim, 57% dizem gostar mais dos conteúdos transmitidos pelos canais por cabo, por irem ao encontro dos seus gostos, por terem a opção de gravar os conteúdos para ver quando se quiser, e por serem mais diversificados e atuais. Mesmo assim, 52% assumem preferir os canais generalistas, por

Os jovens e a televisão

encontrarem neles os conteúdos de que gostam, não necessitando de outros canais que, ao contrário dos generalistas, são a pagar, o que nem todas as pessoas conseguem fazer.

Dentro dos canais generalistas, a SIC e a TVI são os canais apontados como os mais vistos, por serem mais atrativos, criarem polémicas, serem sensacionalistas e por, segundo os jovens, terem um público-alvo que segue assiduamente os conteúdos dessas estações - o que não acontece com os canais públicos RTP1 e 2, que têm um ou outro programa que chama a atenção e que as pessoas até podem ver, mas que não seguem tão religiosamente como os outros canais.

Conseguimos, assim, perceber que os canais por cabo são aqueles que têm a grelha de conteúdos que mais agrada aos jovens, o que os leva também a dizer que os canais generalistas são para os mais velhos, que foram habituados desde sempre a verem aquilo tipo de conteúdos e que, por essa razão, não sentirão falta ou necessidade de assistir a outros, alguns não sabendo nem percebendo nada acerca das possibilidades que existem.

Na televisão os conteúdos mais vistos são os de informação, entretenimento e ficção, o que nos pode levar a crer que esses gostos podem ser influenciados pela própria televisão, pois é nestes conteúdos que os canais mais investem e que fazem parte de mais de metade das grelhas televisivas. Já pela internet os jovens, tal como na televisão, preferem ver conteúdos de entretenimento e ficção; mas, em vez de aparecer informação nos mais vistos, aparece desporto. Se, como já foi referido, muitas pessoas vêm conteúdos pela internet por não possuírem certos canais, essa pode ser a justificação para o facto de desporto aparecer como o mais visto pela internet. Com efeito, normalmente os canais relacionados com desporto são pagos à parte dos pacotes que já existem dos canais por cabo e são relativamente caros, levando a que se visualizem na internet, de forma legal ou não, jogos ou assuntos relacionados com desporto.

A internet faz parte da vida da maioria das pessoas; é ela que, através de múltiplos dispositivos, liga as pessoas ao mundo, a conteúdos, a informações com uma tal rapidez que as viciou literalmente, fazendo com que estejam a todas as horas e a qualquer momento entre dois mundos, o real e o virtual.

É na socialização que mais se consegue notar as diferenças; a maneira de as pessoas interagirem, de comunicarem entre si mudou radicalmente. Hoje, mediados pelos dispositivos, criam amizades, travam conversas, tudo isso de uma forma radicalmente diferente da dos mais velhos.

As redes sociais impulsionaram ainda mais isso, pois juntaram pessoas e quebraram barreiras, facilitando dessa maneira a troca de ideias e informações. Não admira, assim, que 100% dos jovens que responderam aos questionários digam possuir conta nas redes sociais, o que comprova mais uma vez o facto de as redes sociais serem tão importantes e requisitadas pelas pessoas. Das redes sociais, o *Facebook* é aquela que possui mais adeptos; é nele que, segundo os jovens, se sabe de tudo, tudo é partilhado. Leem os *posts* dos amigos, seguem as páginas que vão ao encontro dos seus gostos, postam regularmente informações que vão aparecendo no *feed* de informações sobre as mais diversas coisas.

Os jovens e a televisão

No questionário, 75% dos inquiridos disseram não seguir páginas de canais ou de programas televisivos nas redes sociais, nem partilharem os conteúdos dos mesmos. Já no grupo focado, os jovens presentes referiram que seguem algumas páginas, mas que não têm por hábito partilhar os seus conteúdos; quando partilham, fazem-no para dar a conhecer certos conteúdos aos seus amigos, ou para darem a sua opinião sobre esses conteúdos.

Com todos estes fatores e possibilidades, os jovens dos grupos focados referiram que os mais novos se exprimem melhor ao comunicarem por algum dispositivo; e que hoje em dia é complicado conseguir ter um diálogo, pois nas conversas, tanto em casa ou nos cafés, os dispositivos estão presentes, roubando a atenção e fazendo com que conversas e gargalhadas, antes de serem partilhadas cara-a-cara, o sejam através de ecrãs.

De facto, os conteúdos e os ecrãs mudaram e aproximaram-se cada vez mais do público; e este, impulsionado por toda a liberdade de expressão e de informação, e por todas as facilidades que estas novas tecnologias trouxeram para a sua vida, mudou a sua maneira de se relacionar com as outras pessoas e com os aparelhos.

O mundo ficou mais perto através de um simples *clic*, mas as pessoas ficaram mais longe umas das outras, pelo menos no que se refere às conversas cara-a-cara, à socialização, ao conhecerem-se de uma maneira natural. O “natural”, hoje, é ser mediado pelas novas tecnologias que tornam as relações frias, mas que os jovens utilizam cada vez mais por se sentirem mais confiantes para meter conversa ou dialogar sobre alguns assuntos.

O lema do jovem atual é dar a opinião, estar atento ao que o rodeia, querendo interagir com os conteúdos, informando ao invés de ser apenas informado, partilhando conteúdos e dando a conhecer informações entre os amigos que vai angariando nas redes sociais. Estar ligado a estas plataformas é o dia-a-dia do jovem que vive entre o mundo virtual e real, que por vezes não consegue diferenciar.

A televisão, que já foi o aparelho mais popular, que fazia companhia e difundia informação, não mudou assim tanto. Na realidade o que mudou foram os aparelhos que são cada vez em maior número, em vários tamanhos e que fazem cada vez mais as delícias das pessoas. No caso dos mais jovens, a maneira preferida de ver televisão continua a ser através do televisor e em grupo, mas tendo várias opções para ver conteúdos, tendo outras escolhas caso percam algum conteúdo no televisor ou, então, não tenham um desses aparelhos tradicionais por perto.

A televisão não vai desaparecer, essa é a opinião dos jovens em estudo, o que vai mudar vai ser o televisor. Este meio vai transformar-se e adaptar-se às novas realidades, tal como o fez a rádio com a criação do *podcast*, chegando mais perto talvez dos canais por cabo e da sua forma de criação da grelha.

A maneira de se ver televisão continua, em parte, a ser a mesma, o televisor ainda é o meio preferido, recaindo as críticas na grelha de programas da televisão generalista, tal como nas horas que a publicidade ocupa.

Os jovens não consomem hoje a informação da mesma maneira que antes se fazia, e é aí que realmente as diferenças se notam. Tendo possibilidades de interagir de perto com os

Os jovens e a televisão

conteúdos e terem uma palavra que pode ser difundida na rede chegando a várias pessoas, eles não consomem só informação, informam, emitem opinião e criam os seus próprios pensamentos.

Todas as suas atividades, o que comem, onde vão, o que fazem, etc. é contado nas redes sociais, postam tudo como se de estrelas se tratassem, angariando amigos e gostos pelas redes sociais. Para eles, quem não está na rede é como se não existisse, pois esse é hoje o meio dominante onde os jovens se juntam, comunicam e trocam ideias.

Sendo a internet o palco da vida dos jovens, podendo-se fazer tudo a partir de lá, também as televisões têm que começar a ver nela a maneira de continuarem “vivas”; a maneira de continuarem a difundir conteúdos, informar e entreter, já que é isso que as pessoas continuam a querer delas.

Referencias

Os jovens e a televisão

Abreu, J., & Branco, V., (1998). *Os rumos e as faces da Televisão Interactiva*. Acedido em: 20 de Outubro de 2014, em: http://www.bocc.ubi.pt/pag/abreu-ferraz-rumos-faces-TV_I_final.pdf.

Abreu, J., & Branco, V., (1999). *A convergência Tv-web: motivações e modelos*. Acedido em: 14 de Novembro de 2014, em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/abreu-ferraz-convergencia-TV-Web.pdf>.

Abreu, K., (2009). *História e uso da Internet*. Acedido em, 14 de Novembro de 2014, em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/abreu-karen-historia-e-usos-da-internet.pdf>.

Abreu, K., Silva, R., (2012). *História e tecnologias da televisão*. Acedido em: 20 de Outubro de 2014, em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/abreu-silva-historia-e-tecnologias-da-televisao.pdf>.

Almeida, G., & Tavares, W., (2013). *Redes Sociais virtuais e a democracia 2.0. Dinâmica e Perspetivas políticas na relação entre a sociedade*. Acedido em: 2 de Março de 2015, em: http://www.anpad.org.br/admin/pdf/2013_EnANPAD_APB873.pdf.

Arruda, B., Teixeira, M., Bastos, N., Abreu, P., & Vieira, Y., (2010). *A exposição do jovem na Internet: Um estudo sobre o caso Felipe Neto*. Acedido em: 20 de Fevereiro de 2015, em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/arruda-et-al-a-exposicao-do-jovem-na-internet.pdf>.

Barbosa, S., (2001). *Interatividade: A grande promessa do jornalismo online*. p.1-10.

Borga, C., (2008). *A terceira era da televisão*. Acedido em: 4 de Março de 2015, em: <https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/1315/1/Disserta%C3%A7%C3%A3o%20A%20Terceira%20Era%20da%20Televis%C3%A3o.pdf>

Brittos, V. C., (1999). *Tv Cabo: a dispersão da audiência*. Acedido em: 3 de Fevereiro, de 2015, em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/brittos-valerio-tv-cabo-dispersao.pdf>.

Cádima, F., (1996). *Salazar, Caetano e a Televisão Portuguesa*. Lisboa: Presença

Canavilhas, J., (2005). *A saúde da blogosfera portuguesa*. Acedido em: 3 de Fevereiro, de 2015, em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-blogues-saude.pdf>.

Cardoso, Gustavo, Lamy, Cláudia, (2011). "Redes sociais: comunicação e mudança". *JANUS.NET e-journal of International Relations*, Vol. 2 (N.º 1), Primavera 2011. Acedido em: 20 de Fevereiro de 2015, em: http://observare.ual.pt/janus.net/images/stories/PDF/vol2_n1/pt/pt_vol2_n1_art6.pdf.

Cardoso, G., & Santos, S., (2005). *Tendências e contradições no sistema televisivo: da televisão interativa à televisão em rede*. Acedido em: 8 de Dezembro de 2014, em: http://moodle.fct.unl.pt/pluginfile.php/61993/mod_page/content/1/analogic_digital/gustavo_cardoso.pdf.

Correia, J., (2015). *A ubiquidade televisiva*. Em: *A televisão ubíqua*. (Serra, P., Sá, S. & Filho, W.). Covilhã: Livros Labcom ,pp. 39-52.

Os jovens e a televisão

Espanha, R., Cardoso, G., & Lapa, T., (2007). *E-Generation: Os usos dos média pelas crianças e jovens em Portugal*. Acedido em: 4 de Março de 2015, em: <http://cies.iscte.pt/destaques/documents/E-Generation.pdf>.

Feitosa, D., Alves, K., & Neto, P., (2008). *Conceitos de interactividade e suas funcionalidades*. Acedido em 20 de Fevereiro de 2015, em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/feitosa-alves-neto-conceitos-de-interatividade.pdf>.

Fidalgo, A., (1998). *Os meios e os fins da comunicação*. Acedido em: 8 de Dezembro de 2015, em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/fidalgo-meios-fins-comunicacao>.

Fidalgo, A., & Canavilhas, J., (2014). *Comunicação Digital - 10 anos de investigação*. Covilhã: Livros LabCom.

Furtado, S., (2012). *A influência da televisão nos hábitos culturais. Aproximação à realidade praiense*. Acedido em: 20 de Fevereiro de 2015, em: <http://bdigital.unipiaget.cv:8080/jspui/bitstream/10964/338/1/artigoSAF.pdf>.

Galvão, F. S., (2007). *O processo migratório do analógico para o digital*. Acedido em: 20 de Fevereiro de 2015, em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/galvao-fabricio-nao-tv-uma-nova-midia.pdf>.

Gradim, A., (2015). *Os novos desafios postos à televisão*. Em: *A televisão ubíqua*. (Serra, P., Sá, S, & Filho., W.). Covilhã: Livros Labcom, pp. 69-82.

Loureiro, L., (2008). *Convergência e hipermodernidade: emerge a TV do ego*. Revista PRISMA.COM, (7), p.315-338.

Montenegro, M. M., (2010). *"Geração Net: Representação dos jovens sobre a televisão e a Internet*. Acedido em: 4 de Março de 2015, em: <https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/3295/1/Margarida%20Montenegro>.

Morais, R., (2009). *Família, Educação e Media: os desafios educativos dos meios de comunicação*. Acedido em: 20 de Fevereiro de 2015, em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/m-jornalismo-2009-ricardo-morais.pdf>.

Moura, A., (2009). *Geração móvel: um ambiente de aprendizagem suportado por tecnologias móveis para a "geração polegar"*. Acedido em: 23 de Fevereiro, em: <https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/10056/1/Moura%20%282009%29%20Challenges.pdf>.

Paraíso, G., (2011). *O E.COMMERCE nas redes sociais: estudo sobre os desdobramentos do comércio eletrónico na atualidade*. Acedido em: 4 de Março de 2015, em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/paraíso-gustavo-o-e-commerce-nas-redes-sociais.pdf>.

Pato, L. M., (2008). *Cross media: A cultura do nomadismo audiovisual na implementação dos: "Smart Mobs"*. Acedido em: 27 de Março de 2015, em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/pato-luiz-miguel-crossmedia-smart-mobs.pdf>.

Pereira, S., (2011). *A relação das crianças e dos jovens com a televisão e a Internet*. Acedido em: 27 de Março de 2015, em: <http://www.bad.pt/publicacoes/index.php/cadernos/article/viewFile/736/735>: *CADERNOS BAD*, (1/2), p.9-11.

Os jovens e a televisão

Pinheiro, R., (2010). A televisão e os adolescentes: preferências face a programação educativa. Acedido em, 28 de Março de 2015, em : <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/13993>.

Recuerdo, R., (2003). Comunidades Virtuais- Uma abordagem teórica. Acedido em 3 de Maio de 2015, em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/recuero-raquel-comunidades-virtuais.pdf>.

Rodrigues, C., (2007). *A presença do Youtube nos media - Razões e consequências*. Acedido em 4 de Maio de 2015, em : <http://www.bocc.ubi.pt/pag/rodrigues-catarina-youtube-nos-media.pdf>.

Rodrigues, S, (2011). “ O serviço público da televisão em causa: -Mudanças na programação da RTP1 com o aparecimento dos canais privados generalistas. Acedido em: 4 de Dezembro de 2014, em : <http://bdigital.ufp.pt/handle/10284/1980>.

Santos, D. M., (2012). *Públicos em movimento: Análise das oscilações de audiências televisivas entre os canais de sinal aberto e os canais por cabo*. Acedido em: 20 de Fevereiro de 2015, em: <http://s3.amazonaws.com/cuttings/cuttingpdfs/77184/1d8125a358c6ae250263d44b4a1433f3.pdf>.

Serra, P., (2014). Televisão: Do grande ecrã colectivo aos dispositivos moveis. Em : Comunicação Digital: 10 anos de investigação (Fidalgo, A., & Canavilhas, J.). Covilhã: Livros Labcom, p.83-98.

Serra, P., Sá, & Filho, W., (2015). *A televisão ubíqua*. Covilhã: Livros Labcom

Serra, P., (2015). *A ubiquidade televisiva*. Em : *A televisão ubíqua*. (Serra, P., Sá, S. & Filho, W.). Covilhã: Livros Labcom ,pp.25- 38.

Serra, P., (2006). *Internet e interatividade*. Acedido em: 10 de Janeiro de 2015, em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/serra-paulo-internet-interactividade.pdf>.

Steganha, R., (2010). A influência das redes sociais no processo de confecção das notícias de entretenimento e celebridades. Acedido em : 20 de Fevereiro de 2015, em : <http://www.bocc.ubi.pt/pag/steganha-roberta-jornalismo-na-internet.pdf>.

Silva, L. O., (2006). *Os arquipélagos de comunicação potenciados pelo uso dos telemóveis e pelas tecnologias móveis*. Acedido em: 23 de Fevereiro de 2015, em : <http://www.bocc.ubi.pt/pag/silva-lidia-arquipelagos-comunicacao-potenciados-uso-telemoveis-tecnologias-moveis.pdf>.

Soares, T., (2006). *Cibermedia: Os meios de comunicação social portuguesa online*. Acedido em: 23 de Fevereiro de 2015, em : <http://www.bocc.ubi.pt/pag/soares-tania-cibermedia.pdf> .

Sobral, F. A., (2009). *Recriar a televisão: em defesa de um padrão de qualidade*. Acedido em: 13 de Março de 2015, em: [file:///C:/Users/Utilizador/Documents/Downloads/comunicacao-3583%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/Utilizador/Documents/Downloads/comunicacao-3583%20(3).pdf).

Sobral, F. A., (2012). Televisão em contexto português: uma abordagem histórica e prespectiva. Acedido em: 15 de Março de 2015, em: <http://www.ipv.pt/millenum/Millenum42/10.pdf>.

Os jovens e a televisão

Vidigueira, V., & Paiva, A., (2006). *A influência da televisão no desenvolvimento sócio emocional dos adolescentes*. Faculdade de Ciências Humanas e Sociais da Universidade do Algarve. Acedido em: 10 de Dezembro de 2014, em: <http://www.psicologia.pt/artigos/textos/TL0061.pdf>.

Anexos



Universidade da Beira Interior Mestrado em Jornalismo Questionário

Os seguintes instrumentos de recolha de dados destinam-se à realização de uma dissertação, que se intitula “Os jovens e a televisão”, no âmbito do Mestrado em Jornalismo.

A sua colaboração para este estudo é indispensável.

Não existem respostas certas ou erradas, pelo que peço que responda a todas as questões com a máxima sinceridade.

Se tiver alguma dúvida, consulte a pessoa que lhe deu o questionário.

Desde já agradeço pela sua colaboração.

- 1. Género:**

- 2. Idade (até 31 de Dezembro de 2014):**

- 3. Habilitações literárias (grau mais alto concluído):**

- 4. Quanto tempo vê televisão por dia (horas)?**
 - Menos de uma hora
 - Entre 1h a 3h
 - Mais de 3h

- 5. Quando vê televisão com mais regularidade?**
 - Dias de semana

- Fim-de-semana

6. Vê televisão com mais frequência...

- Sozinho
- Em família
- Com amigos

7. Onde vê televisão com mais frequência?

- Quarto
- Sala
- Cozinha
- Espaço público

8. Ordene os canais do que mais vê ao que menos vê (sendo 1 mais e 5 menos):

- Rtp1
- Rtp2
- Sic
- Tvi
- Canais por cabo

9. Se escolheu algum canal dos canais generalistas indique a principal razão a que se deve a sua escolha (assinale apenas uma resposta):

- Não ter canais por cabo em casa
 - Gostar dos conteúdos que os canais generalistas lhe oferecem
 - Outra razão. Indique-a:
-

10. Se escolheu canais por cabo indique a principal razão a que se deve a sua escolha (assinale apenas uma resposta):

- Irem ao encontro daquilo que mais gosta de assistir na televisão
 - Ter mais diversificação de conteúdos
 - Outra razão
- Indique-a:
-

11. Que formatos/ géneros mais consome (escolha os três que mais consome)?

- Informação
- Educativos/ Documentais
- Desporto
- Entretenimento

Os jovens e a televisão

- Talk shows
- Entrevistas
- Reality shows
- Ficção (filmes, series, telenovelas)
- Concursos
- Programas de música
- Estilos de vida
- Infantis/ Juvenis
- Religiosos
- Vendas

12. Classifique os 4 canais generalistas numa escala de 1 a 5 (sendo 1 mau e 5 bom):

13. Rtp1
14. Rtp2
15. Sic
16. Tvi

17. Classifique no geral os canais por cabo (sendo 1 mau e 5 bom)

18. Costuma ver televisão pela internet?

- Sim
- Não

19. Em caso de ter respondido Sim, quais os conteúdos que mais consome via internet (assinale os 3 que mais consome)?

- Informação
- Entretenimento
- Desporto
- Ficção (Filmes, series, telenovelas)
- Programas em podcast
- Outros. Indique quais:

20. Pertence a alguma rede social?

- Sim
- Não

21. Se sim, qual ou quais?

- Facebook

Os jovens e a televisão

- Twitter
- Flickr
- Tumblr
- Outras. Indique quais:

22. Tem por hábito acompanhar algum canal de televisão por alguma página de uma das redes sociais?

- Sim
- Não

Indique o canal ou canais _____
e a rede social ou redes sociais _____

23. Costuma partilhar conteúdos disponibilizados nessas páginas?

- Sim
- Não

24. Se sim, quais os conteúdos que mais partilha (assinale apenas uma resposta)?

- Informação
- Entretenimento
- Desporto
- Ficção (Filmes, séries, telenovelas)

25. Indique as duas principais razões que o levam a partilhar tais conteúdos:

1. _____
2. _____

**Obrigada pela sua colaboração,
Ana Monteiro**