



Célia Quico

Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias

Palavras-chave: Participação nos media, design centrado no utilizador, jovens, usos dos *media* e TIC

Abstract: o presente estudo de avaliação de um formato ‘cross-media’ tem por objectivo principal averiguar qual o interesse e relevância de um formato que faz apelo à participação e contributo criativo dos utilizadores por parte de jovens dos 12 aos 18 anos. A amostra do estudo foi constituída por 77 participantes dos 12 aos 20 anos, de três estabelecimentos escolares do distrito de Leiria. O instrumento utilizado neste estudo foi um questionário de auto-preenchimento administrado presencialmente em estabelecimentos escolares, após uma sessão de experimentação do formato ‘cross-media’ composto por um piloto TV e um protótipo web, tendo o trabalho de campo decorrido em Outubro de 2007. As principais dimensões a serem objecto de inquérito foram as seguintes: interesse suscitado pelo tema; apetência pelos conteúdos; apetência pela participação; satisfação em relação ao formato; avaliação global do formato; previsão de uso e participação no formato; participação em comunidades online; criatividade online e offline; posse, frequência de uso e preferência de géneros de televisão; acesso, frequência de uso da internet.

1. Introdução e objectivos do estudo de avaliação

A questão de partida para a realização deste estudo de avaliação foi a seguinte: definindo-se um formato que faz apelo à participação e contributo criativo dos utilizadores, qual o interesse e relevância deste para os jovens dos 12 aos 18 anos? Apesar do potencial participativo dos media – novos e tradicionais –, na realidade até que ponto as pessoas têm apetência, competência e desenvolvem práticas de participação? Mais concretamente, qual a sua apetência, competência e frequência de realização de práticas de criação e partilha de conteúdos através dos media e TIC?

Assim, o presente estudo de avaliação do formato ‘cross-media’ Total Explorer teve os seguintes objectivos principais:

- medir a satisfação dos utilizadores em relação ao piloto TV e protótipo web, em particular, como avaliam o formato e conteúdo de televisão e os conteúdos e funcionalidades do web site;
- sondar qual o interesse em participar no piloto TV e protótipo web e quais os principais factores de motivação à participação;
- apurar qual o nível de interesse na temática relativa à herança cultural e natural dos locais e regiões de Portugal;
- averiguar qual o nível de competências e o interesse em criar e partilhar conteúdos próprios;
- verificar qual o nível de participação em comunidades online.

2. Metodologia do estudo de avaliação

O enquadramento do estudo de avaliação do formato ‘cross-media’ situa-se genericamente no campo do desenvolvimento centrado nos utilizadores (Norman, 1988), ainda que ultrapasse esse âmbito ao incorporar, por exemplo, questões relativas a comportamentos e actividades habituais da população a ser alvo de investigação.

Brenda Laurel (2004: 1-2). classifica os métodos de pesquisa de design caiem em algumas categorias gerais: pesquisa centrada nos utilizadores (‘human-centered research’), pesquisa orientada para o processo (‘process-oriented research’) e, ainda, pesquisa formal de design (‘formal research design’) que utiliza os próprios elementos

de design como ferramentas de investigação No caso da pesquisa centrada nos utilizadores, através dos métodos quantitativos de investigação podem ser compreendidas e analisadas as características demográficas de uma população: neste âmbito, tipicamente se recorre a amostras de grande dimensão – 50 ou mais inquiridos (Laurel, 2004: 1-2). Já no caso dos métodos qualitativos de investigação se recorre a amostras de pequena dimensão, aprofundando os aspectos sociais, psicológicos e culturais de uma dada população, recorrendo a entrevistas, ‘focus groups’ e à etnografia. O cruzamento de métodos quantitativos com qualitativos pode permitir extrapolar com segurança os resultados da investigação para uma população mais vasta, nota Laurel (2004: 4), acrescentando que uma forma óbvia de conseguir atingir este objectivo é o de apresentar um protótipo ou modelo a uma amostra de grande dimensão para proceder à avaliação quantitativa, através de perguntas que tenham respostas não-ambíguas e standard para possibilitar a aplicação de métodos estatísticos.

Assim, relativamente à metodologia de investigação utilizada neste estudo, optou-se por recorrer à aplicação de um método quantitativo de recolha de dados junto de uma amostra de jovens dos 12 a 18 anos de número não inferior a 50 sujeitos. Definiu-se que as sessões de avaliação teriam uma duração aproximada de 1 hora, durante a qual os participantes teriam oportunidade de ver, experimentar e avaliar o formato ‘cross-media’. No final, os participantes seriam convidados a dar a sua opinião num inquérito, composto sobretudo por perguntas com respostas fechadas – porém, o inquérito incluía também perguntas de resposta aberta, de forma a se obter dados qualitativos por parte dos participantes.

As principais dimensões a serem objecto de inquérito foram as seguintes:

- interesse suscitado pelo tema,
- apetência pelos conteúdos,
- apetência pela participação,
- satisfação em relação ao formato,
- avaliação global do formato,
- previsão de uso e participação no formato,
- participação em comunidades online,
- criatividade online e offline,
- posse, frequência de uso e preferência de géneros de televisão,
- acesso, frequência de uso da internet.

O instrumento utilizado neste estudo foi um questionário de auto-preenchimento administrado presencialmente em estabelecimentos escolares. O questionário foi composto por 7 partes e compreendeu no total 36 questões organizadas em função de: (1) Caracterização do inquirido; (2) Avaliação do Total Explorer piloto do programa TV; (3) Avaliação do Total Explorer: protótipo web site; (4) Participação online; (5) Criatividade online e offline; (6) Televisão: uso e preferências; (7) Internet: acesso e uso.

As sessões de observação foram faseadas em três momentos distintos. Assim, depois de se efectuar uma breve apresentação e enquadramento geral do estudo, bem como se assegurar a confidencialidade dos dados, a sessão decorre do seguinte modo:

- cada participante escolhe um de cinco mini-documentários para ver – a partir de DVD, com base nos respectivos títulos e breves descrições (duração aproximada: 10 minutos);
- de seguida, cada participante utiliza o protótipo web associado ao formato TV (duração aproximada 15-20 minutos);
- no final, procede-se à aplicação do inquérito individual de avaliação (duração aproximada 15-20 minutos).

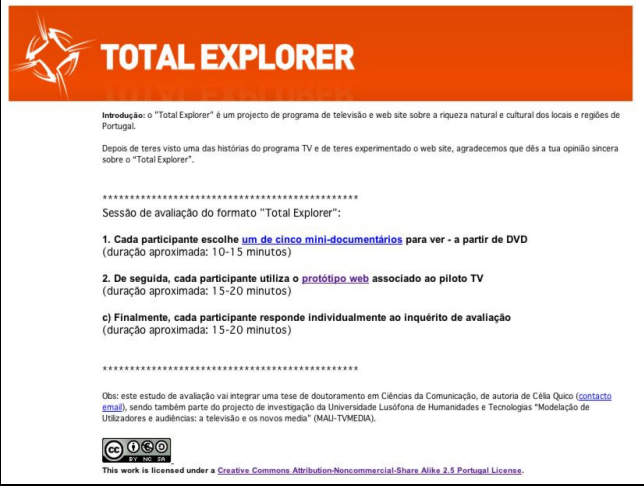
Figura 1: Menu do DVD p/ sessões de avaliação



Ao entrarem na sala, os participantes iriam encontrar uma página de entrada no ecrã do respectivo computador, na qual se explicava os objectivos e fases da sessão de observação, contendo ainda um link para uma página descritiva dos cinco mini-

documentários e um link para a home page do protótipo web – disponível em:
<http://totalexplorer.no.sapo.pt/estudo/> .

Figura 2: Página de entrada p/ sessões de avaliação



TOTAL EXPLORER


Introdução: o "Total Explorer" é um projecto de programa de televisão e web site sobre a riqueza natural e cultural dos locais e regiões de Portugal.

Depois de teres visto uma das histórias do programa TV e de teres experimentado o web site, agradecemos que dês a tua opinião sincera sobre o "Total Explorer".

Sessão de avaliação do formato "Total Explorer":

1. Cada participante escolhe [um de cinco mini-documentários](#) para ver - a partir de DVD (duração aproximada: 10-15 minutos)
2. De seguida, cada participante utiliza o [protótipo web](#) associado ao piloto TV (duração aproximada: 15-20 minutos)
- c) Finalmente, cada participante responde individualmente ao inquérito de avaliação (duração aproximada: 15-20 minutos)

Obs: este estudo de avaliação vai integrar uma tese de doutoramento em Ciências da Comunicação, de autoria de Célia Queiroz ([contacto email](#)), sendo também parte do projecto de investigação da Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias "Modelação de Utilizadores e audiências: a televisão e os novos media" (MAU-TV/MEDIA).

 This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-Noncommercial-Share Alike 2.5 Portugal License](#).

3. Amostra e trabalho de campo do estudo de avaliação

Os contactos com as escolas foram efectuados no final de Setembro de 2007, já depois do início do ano lectivo. Relativamente aos critérios de escolha das escolas, houve a preocupação em que um dos estabelecimentos de ensino fosse da região sobre a qual se produziram os conteúdos do formato, ou seja, da região da Nazaré, de modo comparar de que forma os jovens desta região avaliam o formato em relação aos jovens de outras localidades e/ou regiões.

Os responsáveis pelo conselho executivos das escolas foram responsáveis pela selecção das amostras de jovens que iriam participar no estudo: a única limitação que foi colocada foi a faixa etária do estudo. Assim, na Escola Secundária de Domingos Sequeira de Leiria, a selecção recaiu numa turma do 12º ano, tendo-se recorrido a uma aula da disciplina de Área Projecto para a sessão de avaliação. De igual modo, na Escola Secundária com 3º Ciclo do Ensino Básico da Batalha as sessões decorreram durante aulas de Área Projecto, tendo sido identificadas duas turmas para este efeito, do 8º e 9º ano de escolaridade. Já no Externato Dom Fuas Roupinho da Nazaré, a opção foi a da constituir uma amostra aleatória de jovens dos diversos anos de escolaridade do 7º ao 12º ano.

O trabalho de campo decorreu de 22 a 25 de Outubro de 2007 em três escolas do distrito de Leiria: Escola Secundária de Domingos Sequeira em Leiria, Externato Dom Fuas Roupinho na Nazaré e Escola Secundária com 3º Ciclo do Ensino Básico da Batalha. A primeira das sessões teve lugar na Escola Secundária de Domingos Sequeira em Leiria, a 21 de Outubro, das 11h50 às 13h20. A segunda sessão decorreu no Externato Dom Fuas Roupinho, a 24 de Outubro das 16h30 às 17h30. A terceira e a quarta sessões efectuaram-se na Escola Secundária c/ 3ºCEB da Batalha a 25 de Outubro, das 8h40 às 10h00 e das 14h40 às 16h00.

As sessões de observação foram precedidas de visitas às escolas e, em específico, às salas onde as sessões iriam ter lugar, de forma a avaliar um conjunto de requisitos de ordem técnica previamente definidos. Assim, para que cada um dos participantes pudesse visionar um dos mini-documentários e interagir com o protótipo web foi solicitado às escolas que disponibilizasse uma sala com PCs com acesso à Internet e leitor de DVD, durante 1 a 2 horas. Ainda, foi solicitado que a escola disponibilizasse auriculares para cada um dos participantes, para permitir que os alunos ouvissem devidamente os mini-documentários, sem interferência do som dos postos vizinhos. Como duas das escolas não dispunham de auriculares, os professores solicitaram aos participantes que trouxessem os seus próprios equipamentos – pedido este que foi atendido e, assim, esta dificuldade foi superada sem problemas. De modo a agradecer e recompensar de alguma forma a participação deste alunos optou-se por sortear um leitor de MP4, também com a intenção de motivar os jovens a participar nas sessões e facilitar o recrutamento dos participantes.

5. Análise dos dados

0. Caracterização dos Inquiridos

A amostra deste estudo é constituída por participantes residentes no distrito de Leiria, que frequentam os seguintes estabelecimentos de ensino: Escola Secundária de Domingos Sequeira em Leiria, no Externato Dom Fuas Roupinho na Nazaré e na Escola Secundária c/ 3ºCEB da Batalha. O n da amostra é de 77 sujeitos, dos quais 23 participantes são da Escola Secundária de Domingos Sequeira, 14 participantes são do Externato Dom Fuas Roupinho e 40 participantes são da Escola Secundária c/ 3º CEB da Batalha. A amostra apresenta valores de idade compreendidos entre os 12 e 20 anos.

Dimensão da Amostra: 77 participantes dos 12 aos 20 anos.

Tabela 1: Idade dos Inquiridos (n= 77)

	Leiria	Batalha	Nazaré	TOTAL
12 anos	0	4	1	5
13 anos	0	12	1	13
14 anos	0	19	2	21
15 anos	0	4	4	8
16 anos	5	1	5	11
17 anos	13	0	1	14
18 anos	4	0	1	4
19 anos	0	0	0	0
20 anos	1	0	0	1
Total	23	40	14	77

Relativamente à variável Sexo, responderam ao inquérito 44 sujeitos do sexo Feminino e 33 sujeitos do sexo Masculino.

Tabela 2: Sexo dos Inquiridos (n= 77)

	Leiria	Batalha	Nazaré	TOTAL
Masculino	7	19	7	33
Feminino	16	21	7	44
Total	23	40	14	77

Os diferentes níveis de escolaridade do 7º ao 12º ano estiveram todos representados nesta amostra, com preponderância dos participantes do 12º ano, o 9º e o 8º ano.

Tabela 3: Escolaridade dos Inquiridos (n= 77)

	Leiria	Batalha	Nazaré	TOTAL
7º ano	0	0	2	2

8º ano	0	20	2	22
9º ano	0	20	2	22
10º ano	0	0	2	2
11º ano	0	0	3	3
12º ano	23	0	3	26
Total	23	40	14	77

1- Avaliação do Total Explorer: piloto de programa TV

A primeira das questões deste bloco de perguntas tinha por objectivo averiguar se o tema escolhido para o formato era considerado como apelativo pelos participantes, de modo a apurar se a temática da herança cultura e natural do país tem uma adesão significativa ou se é algo de reduzido interesse para a faixa etária dos 12 aos 18 anos.

Tabela 4: Estudo de avaliação de formato ‘cross-media’ (2007) Opinião sobre tema do programa e site – Total Explorer? - Conhecer a riqueza cultural e natural dos locais e regiões Portuguesas

	Leiria	Batalha	Nazaré	TOTAL
Muito apelativo	1	19	5	25
Apelativo	20	21	8	49
Pouco apelativo	2	0	1	3
Nada apelativo	0	0	0	0

Assim, dos 77 participantes a quase totalidade dos jovens considerou este tema como apelativo (49 inquiridos) ou muito apelativo (25 inquiridos), com apenas 3 dos jovens a responderem ser este um tema pouco apelativo. De notar que os participantes da Escola Secundária c/ 3º CEB da Batalha valorizaram mais o tema do formato do que os jovens das escolas de Leiria e da Nazaré, com 19 em 40 participantes a serem de opinião que a temática é muito apelativa. Curiosamente, os 3 participantes que consideram o tema como pouco apelativo são do sexo feminino e têm 16 anos de idade.

Já em relação ao interesse em ver um programa de televisão sobre a própria terra ou região, sobre outras regiões portuguesas, sobre outros países europeus ou países de língua oficial portuguesa, os participantes declararam uma clara preferência e interesse por programas sobre a sua terra ou região, com 45 dos inquiridos a responderem ser

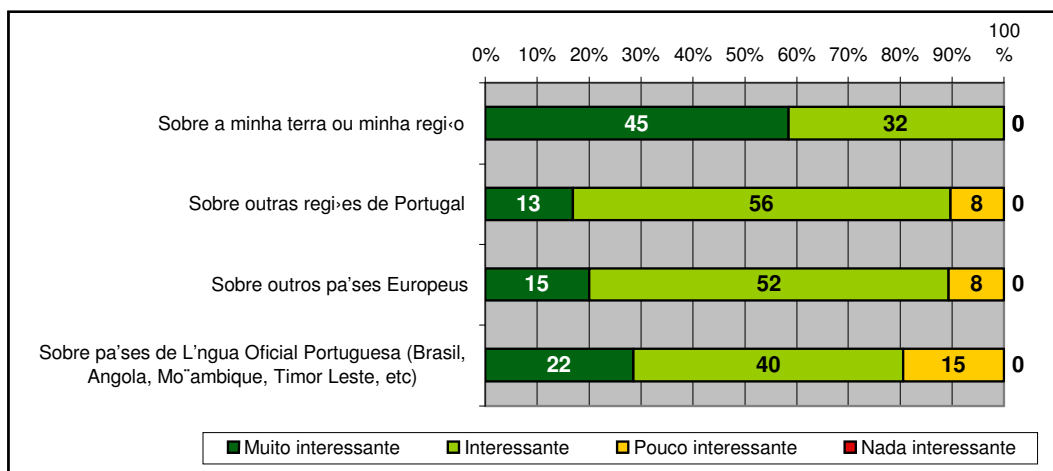
este um tipo de programa muito interessante e os restantes 32 inquiridos a manifestarem ser este um tipo de programa com interesses.

O interesse suscitado por programas sobre outras regiões de Portugal e outros países europeus é praticamente idêntico nesta amostra de jovens, com uma ligeira vantagem na apreciação do interesse em ver programas sobre outros países do continente europeu. Finalmente, o interesse suscitado por outros países de língua oficial portuguesa parece polarizar as opiniões dos jovens participantes neste estudo, sendo a opção que mais jovens consideraram como pouco interessante (15 inquiridos) e a segunda opção que consideraram como muito interessantes (22 inquiridos).

Tabela 5: Estudo de avaliação de formato ‘cross-media’ (2007) Interesse em ver programa de televisão sobre própria região, próprio e país e outros países

	Muito interessante	Interessante	Pouco interessante	Nada interessante
Sobre a minha terra ou minha região	45	32	0	0
Sobre outras regiões de Portugal	13	56	8	0
Sobre outros países Europeus	15	52	8	0
Sobre países de Língua Oficial Portuguesa (Brasil, Angola, Moçambique, Timor Leste, etc)	22	40	15	0

Figura 3: Estudo de avaliação de formato ‘cross-media’ (2007) Interesse em ver programa de televisão sobre própria região, próprio e país e outros países



Passando para os conteúdos específicos do formato Total Explorer, em primeiro lugar perguntou-se aos participantes qual dos mini-documentários seleccionaram a partir do DVD para visionamento. Sem que tal lhes fosse pedido, alguns dos participantes optaram por ver mais do que uma das histórias que tinham ao seu dispor a partir do menu do DVD – mais concretamente, 15 participantes -, o que é um sinal do grau de interesse motivado por estes conteúdos junto de parte da amostra do estudo. A história relativa ao afundamento do submarino alemão U-963 no final da Segunda Guerra Mundial ao largo da Nazaré foi a mais vista do conjunto de cinco mini-documentários, com 42 dos inquiridos a reportarem terem seleccionado este vídeo, ao qual se seguiu a história sobre o canhão submarino da Nazaré, com 27 dos participantes a afirmarem terem escolhido ver esta história. A história sobre a cultura comunitária da Nazaré foi a que menos interesse despertou junto destes jovens, com apenas 1 participante a afirmar ter seleccionado este vídeo, enquanto que os mini-documentários sobre a lagoa da Pederneira e sobre a lenda de Nossa Senhora da Nazaré foram ambos seleccionados por 12 participantes no estudo.

A variável Sexo parece ter tido influência na selecção da história mais vista: a distribuição de rapazes e raparigas em relação ao visionamento do vídeo sobre o submarino alemão U-963: dos 42 participantes que seleccionaram o vídeo, 22 são rapazes, quando do total dos 77 participantes no estudo 33 são do sexo masculino. O local de residência dos participantes é outra variável a ter em consideração na análise das escolhas dos participantes: a história sobre o submarino alemão suscitou mais interesse nas escolas de Leiria e Batalha, comparativamente com a escola da Nazaré, na

qual os jovens optaram por escolher quase equitativamente os vídeos sobre este acontecimento, o canhão submarino e a lenda de N.S. Nazaré. O padrão de selecção das histórias é igual nas escolas de Leiria e Batalha, como se pode verificar na tabela de dados seguinte.

Tabela 6: Estudo de avaliação de formato ‘cross-media’ (2007) Selecção de mini-documentário visionado a partir de DVD

	Leiria	Batalha	Nazaré	TOTAL
Clip 1: Canhão submarino da Nazaré	7	15	5	27
Clip 2: Lenda de Nossa Senhora da Nazaré	2	4	6	12
Clip 3: Lagoa da Pederneira	4	6	2	12
Clip 4: Cultura comunitária da Nazaré	1	0	0	1
Clip 5: Submarino alemão U-963	11	26	5	42

Quando questionados sobre o interesse suscitado por cada uma das histórias, o vídeo sobre o submarino U-963 foi considerado como ‘muito interessante’ por 27 dos inquiridos – mais de um terço da amostra - e como ‘interessante’ por 24 inquiridos. De notar que nesta pergunta era pedido aos participantes para darem opinião sobre a história ou histórias que visionaram em DVD ou no protótipo web, ficando ao seu critério opinar sobre os outros vídeos com base nos títulos e descrições.

Tabela 7: Estudo de avaliação de formato ‘cross-media’ (2007) Interesse suscitado por cada um dos mini-documentários

	Muito interessante	Interessante	Pouco interessante	Nada interessante	Não sei/ Não respondo
Clip 1: Canhão submarino da Nazaré	13	28	1	0	12
Clip 2: Lenda de Nossa Senhora da Nazaré	11	12	2	0	13
Clip 3: Lagoa da Pederneira	10	15	1	0	14
Clip 4: Cultura comunitária da Nazaré	2	7	7	0	19
Clip 5: Submarino alemão U-963	27	24	2	0	8

A pergunta seguinte tinha por objectivo determinar o grau de concordância ou discordância dos participantes no estudo relativos a aspectos concretos dos mini-documentários, como a sua eficácia em despertar o interesse para conhecer novos

assuntos, a sua clareza na transmissão de conhecimentos e informações, a sua utilidade para os estudos, a sua adequação ao público jovem e outros aspectos de maior detalhe (animações, grafismo, duração, ritmo).

Assim, a afirmação ‘o programa é aborrecido’ obteve a discordância de 51 participantes, tendo 19 inquiridos discordado por completo com a frase e 2 concordado, com ainda 3 inquiridos a preferirem não responder. Sobre se o vídeo, ou o programa, despertou o seu interesse para novos assuntos, 45 dos participantes concordou e 11 inquiridos concordou completamente com a afirmação, enquanto 14 inquiridos discordaram e 1 optou por não responder. A afirmação que obteve o maior número de participantes a discordarem completamente foi ‘o programa é confuso e complicado’ - 28 participantes -, que teve ainda 40 inquiridos a discordarem com a frase, 3 participantes a concordarem e 1 a não responder.

Sobre se o programa tem interesse para os adultos mas não para os jovens, 25 dos inquiridos discordou por completo da afirmação e 40 discordou, enquanto que 6 dos jovens optaram por não responder e 2 inquiridos deram a sua concordância à frase. Finalmente, se este tipo de programa é potencialmente um bom auxiliar nos estudos e trabalhos escolares do participantes, 42 inquiridos concorda com a frase, enquanto 10 inquiridos concordam completamente e o mesmo número discorda da afirmação, com 11 jovens a não responderem a esta opção.

Em síntese, o grau de concordância de discordância a este conjunto de afirmações sobre o piloto TV Total Explorer apontam para uma avaliação globalmente positiva por parte dos participantes no estudo, que na grande maioria reconhecem ser adequado à sua faixa etária e valorizam aspectos como a clareza de transmissão de informações, a utilização de animações e grafismo, bem como observam ser potencialmente útil no contexto escolar.

Tabela 8: Estudo de avaliação de formato ‘cross-media’ (2007) Atitudes e opiniões relativas aos mini-documentários

	Concordo completa- mente	Concordo	Discordo	Discordo completa- mente	Não sei/ Não respondo
O programa é aborrecido	0	2	51	19	3
O programa despertou o meu interesse para novos assuntos	11	45	14	2	1

O programa é confuso e complicado	0	3	40	28	1
A duração da história que escolhi deveria ser menor	2	16	27	23	5
O programa ganhava em ter um apresentador ou apresentadora	4	19	34	10	7
Preferia que o programa tivesse mais animações 3D e mapas do que apresentador(a)	10	40	18	2	4
As animações e grafismo do programa estão bem conseguidos e ajudam a contar a história	18	48	5	0	2
O programa pode ter interesse para os adultos, mas não interessa aos jovens	0	2	40	25	6
Este tipo de programa pode ser um bom auxiliar nos meus estudos e trabalhos escolares	10	42	10	0	11

A próxima pergunta tinha por intenção averiguar qual o interesse dos participantes em interagir ou participar com o programa de televisão de diferentes modos e com recurso a diversos tipos de tecnologias. Do conjunto de opções ao dispor dos participantes, sobressai a opção ‘fazer parte de visitas de estudo aos locais mostrados nos programas’, que 63 dos 77 participantes no estudo identificaram como sendo do seu interesse. A possibilidade de ver vídeos relacionados com as histórias foi também valorizada pela larga maioria dos participantes – 53 inquiridos afirmaram ter interesse nesta forma de interacção com o programa de televisão.

Ainda a personalização dos conteúdos a serem exibidos em televisão foi alvo de uma expressiva manifestação de interesse, com 52 em 77 inquiridos a afirmarem estar interessados em seleccionar as histórias a serem exibidas antes ou durante a sua transmissão, com igual número de jovens a responderem não ter interesse neste modo de interacção – 12 inquiridos. A possibilidade de aceder a conteúdos relacionados com o programa através de telemóvel (vídeos, fotos, ficheiros MP3, etc) foi considerada de

interesse por 51 participantes, enquanto 11 dos participantes referiram não estar interessados e 12 optaram por não responder a esta opção.

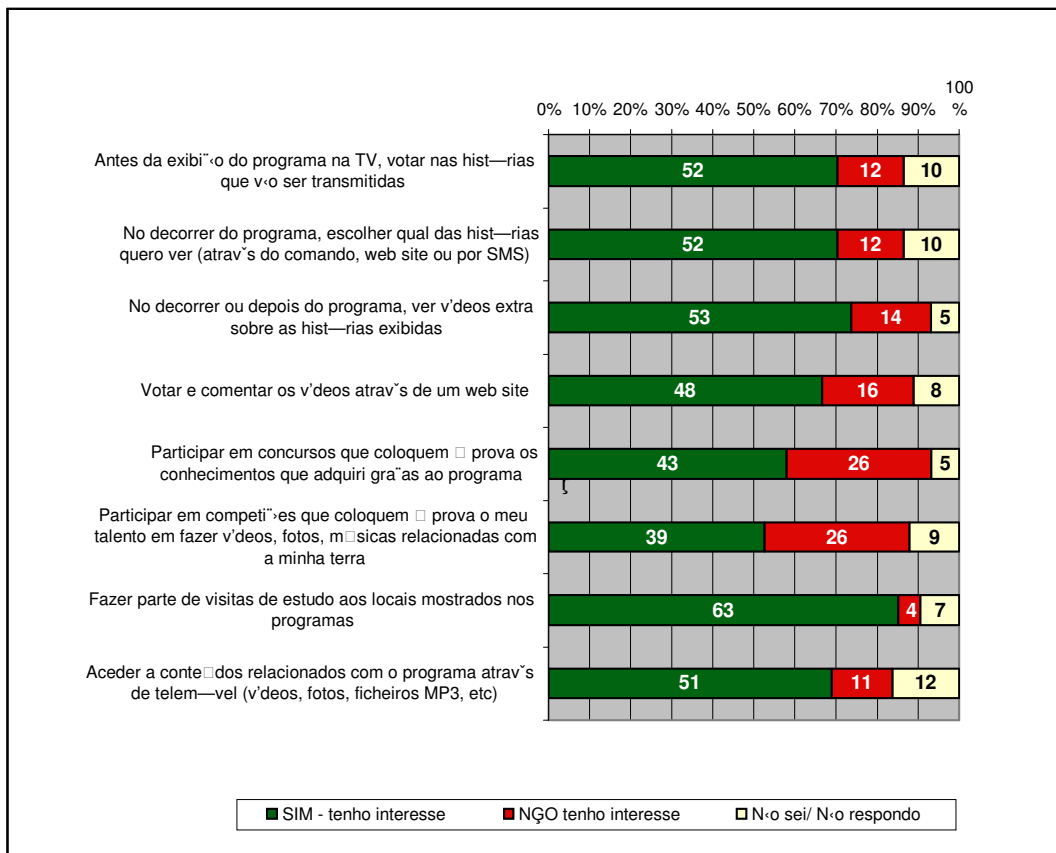
Tabela 9: Estudo de avaliação de formato ‘cross-média’ (2007) Interesse em participar em programa TV Total Explorer

	SIM - tenho interesse	NÃO tenho interesse	Não sei/ Não respondo
Antes da exibição do programa na TV, votar nas histórias que vão ser transmitidas	52	12	10
No decorrer do programa, escolher qual das histórias quero ver (através do comando, web site ou por SMS)	52	12	10
No decorrer ou depois do programa, ver vídeos extra sobre as histórias exibidas	53	14	5
Votar e comentar os vídeos através de um web site	48	16	8
Participar em concursos que coloquem à prova os conhecimentos que adquiri graças ao programa	43	26	5
Participar em competições que coloquem à prova o meu talento em fazer vídeos, fotos, músicas relacionadas com a minha terra	39	26	9
Fazer parte de visitas de estudo aos locais mostrados nos programas	63	4	7
Aceder a conteúdos relacionados com o programa através de telemóvel (vídeos, fotos, ficheiros MP3, etc)	51	11	12

Já as opções de participação em concursos que coloquem à prova os conhecimentos adquiridos através do programa e de participação em competições que coloquem à prova as competências de criação de conteúdos suscitam menos interesse aos jovens inquiridos, ainda que mesmo assim a maioria dos participantes tenham declarado ter interesse em ambas as formas de participação: no primeiro caso de

participação em concursos de conhecimentos, 43 jovens responderam ter interesse, enquanto que caso da participação em competições relativas a criação de conteúdos sobre a própria terra foram 39 os jovens a afirmarem terem interesse neste modelo de interacção com o formato. Note-se que no caso do interesse em participar em competições de criação conteúdos sobre a sua terra associadas a este formato há diferenças significativas entre os inquiridos das diferentes escolas: assim, dos 22 alunos de Leiria que responderam a esta questão, 10 manifestaram interesse em participar nesta actividade e 9 responderam de forma negativa; já os alunos da escola da Batalha, dos 40 inquiridos foram 23 os que responderam ter interesse nesta forma de participação, tendo 11 respondido não ter interesse; finalmente, na escola da Nazaré, dos 14 inquiridos 8 responderam ter interesse, enquanto que 4 declaram não estar interessados nesta actividade. Dito de outro modo, a participação através da criação de conteúdos suscita interesse a quase igual número dos inquiridos da escola de Leiria, enquanto que na escola da Nazaré os que têm interesse em participar deste modo são o dobro dos que declararam não ter interesse e, por fim, na escola da Batalha estes são mais do dobro dos que não estão interessados.

Figura 4: Estudo de avaliação de formato 'cross-media' (2007) Interesse em participar em programa TV Total Explorer



De um modo geral, o interesse declarado em interagir e participar num formato com as características do Total Explorer é muito expressivo, com o destaque na participação em visitas de estudo – ou seja, o visionamento deste conteúdo de televisão parece um forte factor de motivação para os jovens quererem conhecer na realidade os locais e regiões mostrados. Os modos mais simples de interacção - e de menor investimento de esforço – também suscitaram o interesse da larga maioria dos inquiridos, como foram os casos da selecção das histórias a serem exibidas e o visionamento de vídeo extra relacionados com as histórias.

A concluir este bloco de perguntas sobre o piloto TV, pediu-se aos participantes para descreverem pelas suas próprias palavras o que mais lhes agradou e menos lhes agradou no piloto TV Total Explorer – de modo geral, a apreciação é positiva, porém o mais curioso foi verificar que parte significativa dos jovens manifestaram serem exigentes, críticos e mesmo sofisticados na apreciação que fazem de conteúdos de media – eis alguns exemplos:

O que menos agradou – linguagem:

“A utilização de termos menos usuais, com pouca explicação do que significa.”

(ID 0.34) – aluna da escola da Nazaré, 16 anos

“Por vezes algumas explicações dos comentadores era um pouco complicadas, com muitos termos técnicos. Devia conter mais animações 3D.”

(ID 0.35) – aluno da escola da Nazaré, 15 anos

“Por vezes a linguagem confusa, ou repetitiva, o que baralhava.”

(ID 0.03) – aluna da escola de Leiria, 16 anos

O que menos agradou – aspecto visual/ formal:

“Enquanto mostravam imagens que tinham sido retiradas de outros documentários, nestas continuavam com as legendas originais.”

(ID 0.22) – aluna da escola de Leiria, 17 anos

“Foi o facto de ter uma voz-off, e ficava muito melhor se tivesse antes uma ou um apresentador.”

(ID 0.22) – aluno da escola da Nazaré, 16 anos

O que menos agradou – música de fundo:

“A música de fundo. Quando os especialistas falam a música de fundo deve ser parada para se conseguir ouvir.”

(ID 0.02) – aluna da escola de Leiria, 16 anos

“A música de fundo dificultava na narração dos conteúdos.”

(ID 0.21) – aluno da escola de Leiria, 17 anos

De notar ainda que dos 77 participantes, 20 optaram por não dar qualquer tipo de resposta à pergunta o que menos lhes agradou no piloto TV, enquanto que 17 dos inquiridos respondeu que nada lhes desagradou e 3 responderam ‘não sei’. A questão da duração dos vídeos foi reportada por 8 dos inquiridos, tendo 6 deles considerado serem demasiado longos.

Já em relação ao que mais agradou aos participantes no estudo, 15 optaram por não dar nenhuma resposta e 1 participante respondeu que nada lhe agradou. A maior parte dos participantes valorizou sobretudo a aquisição de conhecimentos através dos

mini-documentários, ainda que a componente formal dos vídeos também tenha sido referida por muitos dos inquiridos.

O que mais agradou – aprender/ conhecer:

“Adorei ver o que aconteceu nos anos 60, quando se afundou o submarino alemão u-963. Achei muito interessante, pois não conhecia a história e nem sequer fazia a mínima ideia que naquele local da Nazaré se afundou um submarino! Gostei muito!”

(ID 0.49) – aluno da escola da Batalha, 14 anos

“Aprendi e ouvi falar de coisas que não conhecia. Ser sobre a Nazaré também é bastante interessante.”

(ID 0.35) – aluno da escola da Nazaré, 15 anos

“Foi que ficamos a conhecer um bocadinho melhor e era um bom auxiliar nos estudos.”

(ID 0.67) – aluna da escola da Batalha, 13 anos

“Os vídeos, pois é cultura e divertimento ao mesmo tempo.”

(ID 0.70) – aluno da escola da Batalha, 12 anos

O que mais agradou – aspecto visual/ formal:

“A representação da história por gravuras e animações 2D ou 3D.”

(ID 0.57) – aluno da escola da Batalha, 14 anos

“Animações (mapa) e grafismo.”

(ID 0.07) – aluna da escola de Leiria, 17 anos

“Foi o facto de digitalmente ter mostrado tudo, tipo mapas e coisas assim..”

(ID 0.33) – aluno da escola da Nazaré, 17 anos

O que mais agradou – testemunhos:

“O comentário das pessoas que viveram os acontecimentos.”

(ID 0.12) – aluno da escola de Leiria, 18 anos

“As pessoas de certa idade, pois já têm uma certa percepção de vida”

(ID 0.09) – aluno da escola de Leiria, 18 anos

Por fim, os participantes tiveram a oportunidade de avaliar o piloto TV através da atribuição de uma nota, numa escala de 1 ponto (muito mau) a 10 pontos (muito bom). A média de votação dos 75 participantes que responderam a esta questão foi de 7.37 pontos, num máximo de 10 pontos.

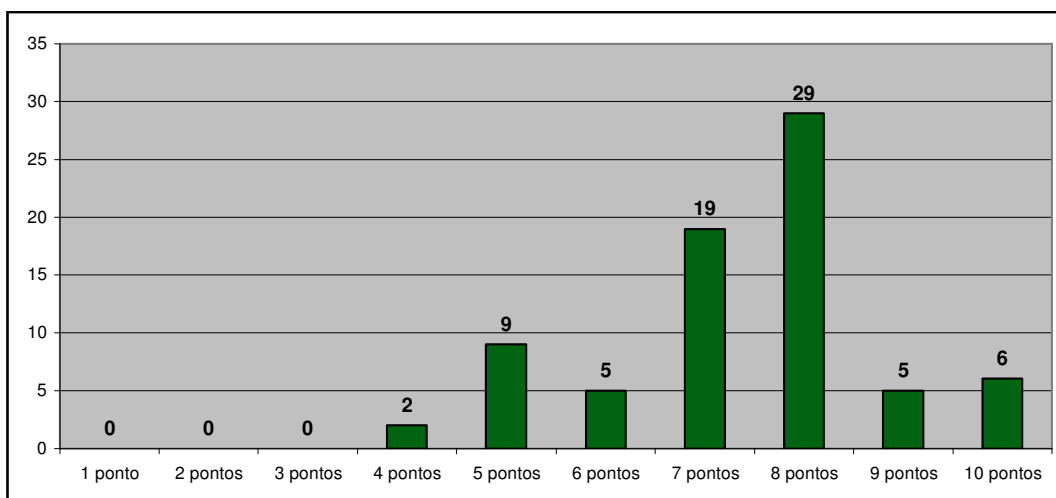
As diferenças na média de pontuação entre as três escolas é significativa, com os alunos do 12º ano da escola de Leiria a fixarem a média das suas pontuações nos 6.59 pontos, enquanto que a média os alunos da escola da Nazaré foi de 7.07 pontos. Já os alunos do 9º ano da escola da Batalha foram os que avaliaram o piloto TV de forma mais positiva, com uma média de 7.89 pontos, seguidos da turma do 8º desta escola com 7.85 pontos.

Esta diferença de avaliação significativa entre alunos da Nazaré e da Batalha, com estes últimos a valorizarem mais os conteúdos do piloto TV, não deixa de ser surpreendente, já que á partida se esperaria que o facto das histórias serem relativas à própria terra e região fosse um atributo com maior peso na avaliação final dos alunos da Nazaré. No entanto, acabaram por ser os participantes da Batalha a avaliarem de forma mais positiva os vídeos – e não só, como se terá oportunidade de mostrar mais á frente neste capítulo. A pequena amostra recolhida na Nazaré dificulta a tentativa de colocar algumas hipóteses que expliquem esta diferença de apreciação.

Tabela 10: Estudo de avaliação de formato ‘cross-media’ (2007) Avaliação geral do programa TV Total Explorer de 1 (muito mau) a 10 (muito bom)?

	Leiria n=22	Batalha (9º ano) n=19	Batalha (8º ano) n=20	Nazaré n=14	TOTAL n=75
1 ponto	0	0	0	0	0
2 pontos	0	0	0	0	0
3 pontos	0	0	0	0	0
4 pontos	1	0	1	0	2
5 pontos	5	1	1	2	9
6 pontos	3	0	1	1	5
7 pontos	6	4	4	5	19
8 pontos	7	10	6	6	29
9 pontos	0	3	2	0	5
10 pontos	0	1	5	0	6
Média	6.59	7.89	7.85	7.07	7.37

Figura 5: Estudo de avaliação de formato ‘cross-media’ (2007) Avaliação geral do programa TV Total Explorer



2- Avaliação do Total Explorer: protótipo Web

O segundo bloco de questões centrou-se na avaliação do protótipo web, tendo começado por inquirir sobre qual o grau de atractividade dos principais conteúdos e funcionalidades disponíveis no protótipo. Assim, ver vídeos do programa TV foi o tipo de conteúdo considerado por mais inquiridos como ‘muito apelativo’ - 36 participantes - , tendo 37 dos inquiridos ser este um conteúdo apelativo e 4 inquiridos respondeu ser pouco apelativo. Logo a seguir no topo das preferências desta amostra de jovens, ao se proceder à soma das respostas ‘muito apelativo’ e ‘apelativo’, encontra-se ver vídeos extra relacionados com as histórias do programa TV, seguido de ler os artigos relacionados com as histórias do programa TV.

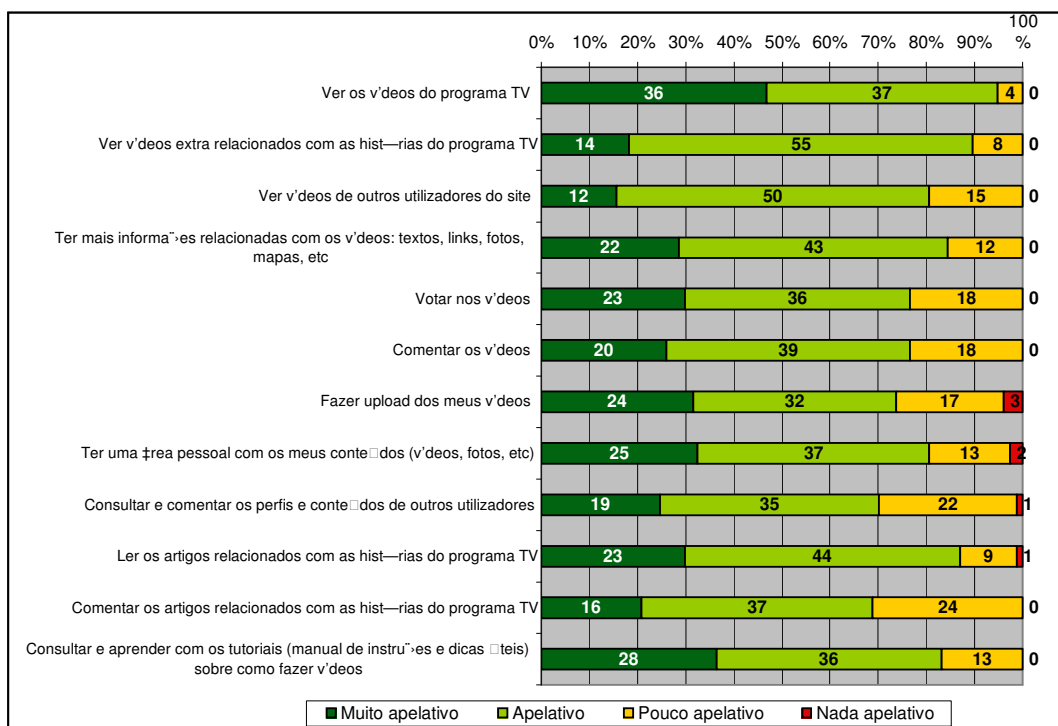
Tabela 11: Estudo de avaliação de formato ‘cross-media’ (2007) Opinião sobre funcionalidades e conteúdos do web site Total Explorer

	Muito apelativo	Apelativo	Pouco apelativo	Nada apelativo
Ver os vídeos do programa TV	36	37	4	0
Ver vídeos extra relacionados com as histórias do programa TV	14	55	8	0
Ver vídeos de outros utilizadores do site	12	50	15	0

Ter mais informações relacionadas com os vídeos: textos, links, fotos, mapas, etc	22	43	12	0
Votar nos vídeos	23	36	18	0
Comentar os vídeos	20	39	18	0
Fazer upload dos meus vídeos	24	32	17	3
Ter uma área pessoal com os meus conteúdos (vídeos, fotos, etc)	25	37	13	2
Consultar e comentar os perfis e conteúdos de outros utilizadores	19	35	22	1
Ler os artigos relacionados com as histórias do programa TV	23	44	9	1
Comentar os artigos relacionados com as histórias do programa TV	16	37	24	0
Consultar e aprender com os tutoriais sobre como fazer vídeos	28	36	13	0

Ainda de destacar o conteúdo de tutorial – manual de criação de vídeos – que 28 dos jovens consideraram ser muito apelativa, sendo a segunda das opções consideradas a obter esta valoração por partes dos participantes no estudo. A funcionalidade que recolheu menor preferência por parte dos jovens participantes foi comentar os artigos relacionados com os as histórias do programa TV, como 24 dos jovens a considerarem esta ser pouco apelativa, seguida de perto pela opção de consultar e comentar os perfis e conteúdos de outros utilizadores, com 22 dos inquiridos a referirem ser ‘pouco apelativa’ e 1 inquirido a considerar como nada apelativa.

Figura 6: Estudo de avaliação de formato ‘cross-media’ (2007) Opinião sobre funcionalidades e conteúdos do web site Total Explorer



A pergunta seguinte neste bloco teve por objectivo apurar as tarefas que foram concluídas com sucesso por parte dos jovens participantes no estudo. Ver vídeos surge destacado no topo da tabela, com 72 inquiridos a reportarem terem efectuado esta tarefa, seguido de ler artigos relacionados com os vídeos, com 32 inquiridos. Fazer login no site terá sido realizado por 20 dos participantes e o registo no site foi concluído por 19 dos jovens.

Tabela 12: Estudo de avaliação de formato 'cross-media' (2007) Tarefas concluídas com sucesso no web site Total Explorer

	Leiria	Batalha	Nazaré	TOTAL
Ver vídeos	22	36	14	72
Ler artigos relacionados com vídeos	11	12	9	32
Registar /criar perfil no site	6	9	4	19
Fazer login no site	9	8	3	20
Votar em vídeos	2	11	3	16
Comentar vídeos	0	7	1	8
Enviar (upload) vídeos	1	0	0	1
Comentar artigos relacionados com vídeos	2	1	3	6

Consultar perfis de outros utilizadores	3	3	2	8
---	---	---	---	---

À semelhança do bloco anterior, perguntou-se que aspectos mais e menos agradaram aos participantes. Relativamente ao que menos foi do seu agrado, 15 dos inquiridos deixaram esta resposta em branco, enquanto 20 responderam que nada foi do seu desagrado ou que gostaram de tudo. O facto do protótipo não estar completamente funcional foi mencionado por 7 participantes. A lentidão da resposta do site também foi alvo da crítica de alguns dos jovens, bem como o design – neste último caso, foram sobretudo os jovens da escola de Leiria a mencionarem o aspecto visual como um aspecto negativo do protótipo web.

O que menos agradou – layout:

“Acho que tem muita informação junta, podia ter mais imagens apelativas”

(ID 0.17) – aluna da escola de Leiria, 17 anos

“Muita informação visual ao mesmo tempo, o que baralha. No fundo, tudo o que lá está fará falta.

(ID 0.03) – aluna da escola de Leiria, 16 anos

“Quando se conclui o registo o template do site desaparece, só o banner é visível.”

(ID 0.35) – aluno da escola da Nazaré, 15 anos

O que menos agradou – design:

“Penso que a nível gráfico podia estar um pouco mais apelativo. Mais cativante.”

(ID 0.05) – aluno da escola de Leiria, 20 anos

“Talvez as cores e o tipo de letra.”

(ID 0.56) – aluna da escola da Batalha, 13 anos

O que menos agradou – questões técnicas:

“O tamanho da letra e o tempo de resposta do servidor e não termos conseguido mudar a foto depois do registo..”

(ID 0.34) – aluno da escola da Nazaré, 16 anos

“O tempo que se demora a ver vídeos.”

(ID 0.26) – aluno da escola da Nazaré, 16 anos

Já em relação ao que mais agradou aos jovens que constituem esta amostra, retirados os 15 inquiridos que optaram por não responder a esta questão, sobressaem os 18 jovens que responderam ser os vídeos o que mais apreciaram no protótipo web. Ainda, os participantes no estudo destacaram de forma positiva a facilidade de navegação, o design, a facilidade de utilização e a organização dos conteúdos do protótipo.

O que mais agradou – considerações gerais:

“A facilidade de navegação, os artigos sobre como aprender, a linguagem, especialmente nas escolhas. Ex.: "Altamente", "Não me aquece nem arrefece".”

(ID 0.34) – aluna da escola da Nazaré, 16 anos

“As informações disponíveis e a sua apresentação, a estrutura da página inicial e as fotos e vídeos disponíveis.”

(ID 0.27) – aluno da escola da Nazaré, 16 anos

“O site está bem feito, acessível e apelativo.”

(ID 0.19) – aluno da escola de Leiria, 18 anos

O que mais agradou – navegação e usabilidade:

“A fácil navegação do website”

(ID 0.35) – aluno da escola de Leiria, 15 anos

“Simples de utilizar. Design apelativo”

(ID 0.20) – aluno da escola de Leiria, 16 anos

O que mais agradou – design:

“A sua estrutura e a sua apresentação, acho que a página inicial desperta muito a atenção por causa das cores vivas e também as fotos.”

(ID 0.28) – aluna da escola da Nazaré, 17 anos

“Como o site estava apresentado. Estava muito bom e cativa os jovens.”

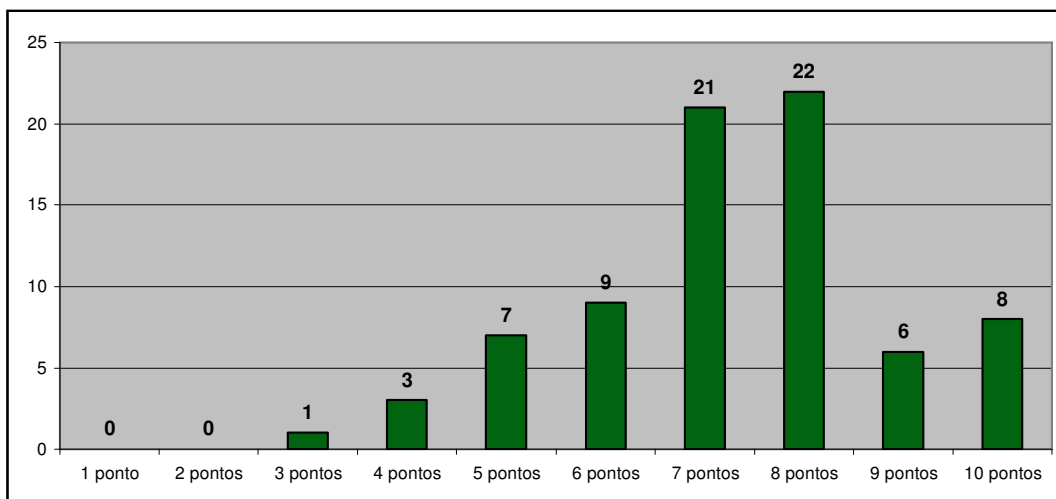
(ID 0.41) – aluna da escola da Batalha, 14 anos

No final deste bloco de perguntas perguntou-se como avaliam o protótipo web, recorrendo de novo a uma escala de 1 a 10 pontos, de muito mau a muito bom. A média das pontuações dadas pelos 77 participantes situou-se nos 7.28 pontos. À semelhança da avaliação do piloto TV, os alunos da Batalha foram os que avaliaram o protótipo web de forma mais positiva, com a turma do 9º ano atribuir uma média de 8.1 pontos e a turma do 8º a fixar-se nos 7.8 pontos, enquanto que os alunos da escola da Nazaré deram em média 7.2 pontos e, finalmente, os alunos da escola de Leiria atribuíram a pontuação média de 6.1 pontos.

Tabela 13: Estudo de avaliação de formato ‘cross-media’ (2007) Avaliação geral do web site Total Explorer - de 1 (muito mau) a 10 (muito bom)?

	Leiria n=23	Batalha (9º ano) n=20	Batalha (8º ano) n=20	Nazaré n=14	TOTAL n=77
1 ponto	0	0	0	0	0
2 pontos	0	0	0	0	0
3 pontos	1	0	0	0	1
4 pontos	2	0	1	0	3
5 pontos	4	1	1	1	7
6 pontos	4	0	2	3	9
7 pontos	10	2	5	4	21
8 pontos	2	11	5	4	22
9 pontos	0	5	0	1	6
10 pontos	0	1	6	1	8
Média	6.1	8.1	7.8	7.2	7.2

Figura 7: Estudo de avaliação de formato ‘cross-media’ (2007) Avaliação geral do web site



3- Participação online

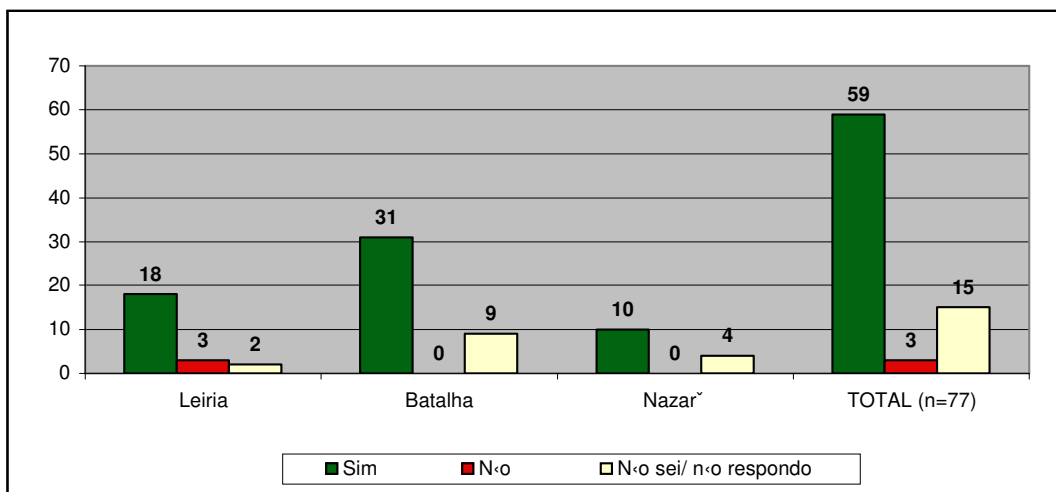
Com o objectivo de sintetizar a opinião formada pelos participantes no estudo, perguntou-se se no caso do formato Total Explorer se tornar uma série de programas de TV e um web site, se teriam ou não interesse em ver e participar.

A larga maioria dos participantes respondeu ter interesse em ver e participar neste formato ‘cross-media’ – 59 inquiridos em 77, ou seja, 3 em 4 dos inquiridos - , com 3 dos jovens a responder negativamente à questão e 15 a optar por não responder. Ainda que 3 dos alunos de Leiria tenham reportado não ter interesse em ver e participar no formato, esta escola foi a que registou uma percentagem mais elevada de participantes a manifestarem interesse em participar no Total Explorer no caso deste se tornar um projecto no mercado.

Tabela 14: Estudo de avaliação de formato ‘cross-media’ (2007) Interesse em ver e participar no futuro numa série de programas e web site Total Explorer

	Leiria	Batalha	Nazaré	TOTAL (n=77)
Sim	18	31	10	59
Não	3	0	0	3
Não sei/ não respondo	2	9	4	15

Figura 8: Estudo de avaliação de formato ‘cross-media’ (2007) Interesse em ver e participar no futuro numa série de programas e web site Total Explorer



Relativamente aos motivos para participarem com os próprios conteúdos numa série de programas TV e web site Total Explorer, os participantes responderam em primeiro lugar ‘aprender mais sobre a minha região’, seguido de perto por ‘ganhar prémios para mim’ e ‘aprender a fazer conteúdos digitais’.

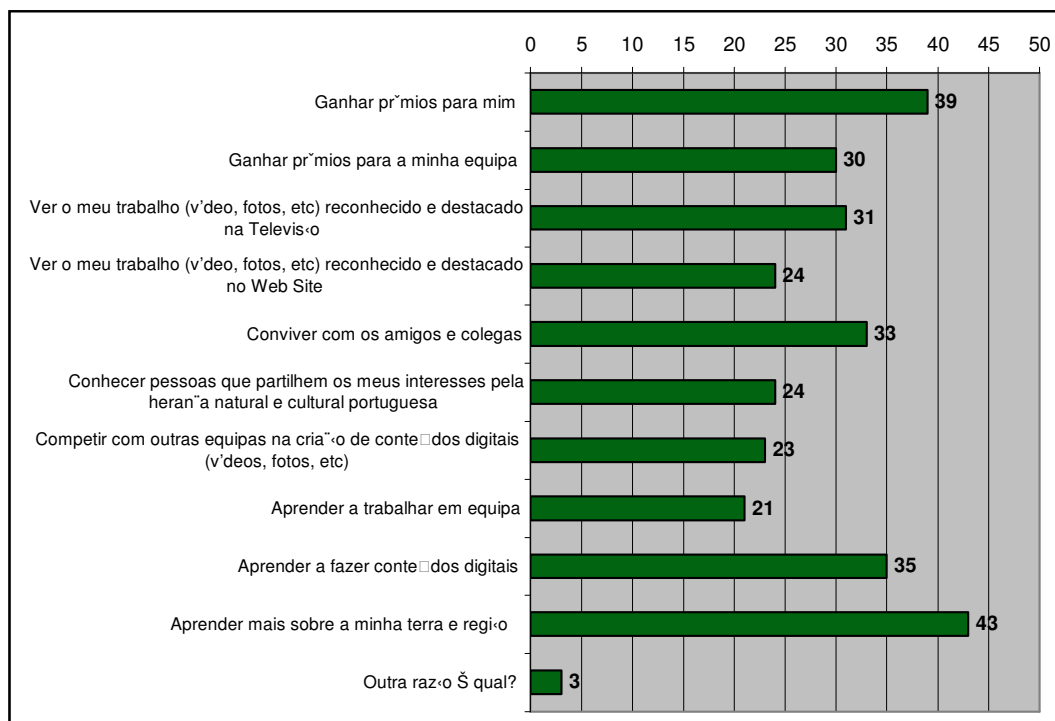
Tabela 15: Estudo de avaliação de formato ‘cross-media’ (2007) Motivações à participação com conteúdos próprios no Total Explorer

	Leiria	Batalha	Nazaré	TOTAL	
Ganhar prémios para mim	11	21	7	39	2º
Ganhar prémios para a minha equipa	7	16	7	30	6º
Ver o meu trabalho (vídeo, fotos, etc) reconhecido e destacado na Televisão	10	15	6	31	5º
Ver o meu trabalho (vídeo, fotos, etc) reconhecido e destacado no Web Site	7	11	6	24	
Conviver com os amigos e colegas	6	22	5	33	4º
Conhecer pessoas que partilhem interesse p/ herança natural e cultural portuguesa	4	14	6	24	
Competir com outras equipas na criação de conteúdos digitais (vídeos, fotos, etc)	6	13	4	23	

Aprender a trabalhar em equipa	3	15	3	21	
Aprender a fazer conteúdos digitais	14	14	7	35	3º
Aprender mais sobre a minha terra e região	12	25	6	43	1º
Outra razão – qual?	1	2	0	3	

Assim, pode-se concluir da análise dos resultados desta pergunta que para este grupo de jovens a aprendizagem de novas competências e conhecimentos será a motivação mais forte para a participação neste formato, sendo as recompensas materiais à participação um factor de motivação forte, bem como o reconhecimento do trabalho desenvolvido e, ainda, o convívio com amigos e colegas.

Figura 9: Estudo de avaliação de formato ‘cross-media’ (2007) Motivações à participação com conteúdos próprios no Total Explorer



No caso das respostas negativas à questão acima identificada, a falta de interesse foi a razão apontada por 2 dos 4 inquiridos.

Tabela 16: Estudo de avaliação de formato ‘cross-media’ (2007) Razões para não participar

	Leiria	Batalha	Nazaré	TOTAL
Não tenho interesse/ não acho interessante	2	0	0	2
Não tenho tempo e disponibilidade	0	0	0	0
Não gosto deste tipo de programas e de sites	0	0	0	0
Outra razão – qual?	1	0	0	1
Não sei/ não respondo	1	0	0	1

Ainda no bloco de perguntas consagrado à participação nos media, houve a intenção de averiguar qual o nível de participação em comunidades online, como o Hi5, MySpace, entre outros. Assim, ao se perguntar se nos últimos 12 meses haviam participado em comunidades online, 50 inquiridos responderam afirmativamente. Quase todos os alunos da Nazaré declararam participar em comunidades tipo Hi5, enquanto no caso da escola da Batalha o número de alunos que referiu participar neste tipo de comunidades é praticamente igual ao número de alunos que responderam de forma negativa. O Hi5 está no topo das preferências dos jovens que constituíram esta amostra – 47 inquiridos reportaram ter perfil criado neste site -, seguido de longe pelo Facebook e pelo MySpace.

Tabela 17: Estudo de avaliação de formato ‘cross-media’ (2007) Participação e comunidades online/ redes sociais (My Space, Hi5, etc)

	Leiria	Batalha	Nazaré	TOTAL
Sim	16	21	13	50
Não	7	19	1	27

Tabela 18: Estudo de avaliação de formato ‘cross-media’ (2007) Participação e comunidades online/ redes sociais – quais e qual a frequência de uso

	Tenho perfil e uso todos os dias (ou quase)	Tenho perfil e uso de vez em quando	Tenho perfil, mas não uso	Não uso / não tenho perfil
--	---	-------------------------------------	---------------------------	----------------------------

HI5	19	25	3	3
My Space	1	7	1	17
Friendster	0	1	0	18
Facebook	0	4	2	17
Outro – qual?	4	3	2	3

4- Criatividade online e offline

Com o objectivo de apurar as práticas, competências e interesse na criação de conteúdos, colocou-se duas questões aos jovens participantes, sendo a primeira mais genérica e retirada de do relatório da PEW Internet & American Life Project “Typology of information technology users” (Horrigan, 2007: 3) . Ainda que não se possam traçar comparações entre os resultados obtidos neste inquérito da PEW – a amostra é representativa do universo dos norte-americanos com mais de 18 anos, sendo constituída por 2.882 sujeitos - , há alguns pontos em comum como o facto de surgirem destacadas no topo das actividades reportadas a partilha de conteúdos e a publicação de comentários em blogs ou fóruns.

Tabela 19: Estudo de avaliação de formato ‘cross-media’ (2007) Criatividade online – actividades já desempenhadas

	Leiria	Batalha	Nazaré	TOTAL
Partilhar criações minhas na Internet (vídeos, fotos, textos, músicas, etc)	13	14	7	34
Publicar comentários em blogs ou em fóruns de discussão	12	14	10	36
Criar e manter a minha homepage	6	3	5	14
Criar e manter homepages e blogs com amigos e colegas	5	6	5	16
Remisturar e editar materiais que encontrei online e fazer um novo trabalho	9	7	4	20
Criar e manter o meu blog	9	6	6	21

De forma a se obter uma compreensão mais aprofundada das competências e interesse na criação de conteúdos foi necessário identificar um conjunto de actividades, que se pretendeu que fosse exaustivo, mas que ainda assim deu a possibilidade aos inquiridos de adicionar outras actividades para além das definidas. A base para a formulação desta pergunta foi uma das questões do inquérito quantitativo realizado pela equipa da Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias no âmbito do projecto de investigação “Modelação de Utilizadores e audiências: a televisão e os novos media (MAU-TVMEDIA)”. Optou-se por expandir as opções definidas nesta questão, mantendo a mesma escala de valoração. De referir que esta pergunta sobre actividades criativas foi baseada numa das questões do relatório da Ofcom “Media Literacy Audit: report on media literacy amongst children” (Ofcom, 2006: 59), relativa aos tipos de actividades criativas que os inquiridos entre os 12 e os 15 anos já fizeram, estão interessados em fazer ou que não lhes suscitam o interesse.

Assim, neste grupo de jovens no topo das actividades criativas que reportaram já ter realizado encontra-se tirar fotografias (57 inquiridos), fazer vídeo com telemóvel (46 inquiridos), usar programas de edição de fotografia (39 inquiridos) e fazer vídeos com camcorder (35 inquiridos). Por seu turno, no final da lista encontra-se criar um podcast (1 inquirido), criar um vídeo-jogo e programar software ou web sites (ambos com 5 inquiridos).

Tabela 20: Estudo de avaliação de formato ‘cross-media’ (2007) Criar conteúdos – práticas e interesse em actividades

	Já fiz isto	Estou interessado em fazer isto	Não tenho interesse	Não sei
Fazer um vídeo com a câmara de vídeo	35	22	11	4
Fazer um vídeo com o telemóvel	46	10	14	4
Editar vídeos no PC	26	29	10	29
Publicar um vídeo que eu criei na Internet (YouTube, etc)	14	21	25	12
Criar um podcast (programa de rádio online)	1	20	34	17

Tirar fotografias	57	10	4	2
Fazer um álbum de fotografias na Internet	29	17	23	4
Usar programas de edição de fotografia (Photoshop, etc)	39	15	10	8
Criar animações e aplicações interactivas (Flash, etc)	15	36	13	9
Criar objectos e animações em 3D (Maya, etc)	9	44	8	11
Fazer ou modificar um jogo de computador	8	34	16	14
Criar um vídeo-jogo	5	34	16	17
Programar software ou web sites	5	25	24	17
Modificar o meu computador (modding)	9	22	30	9
Escrever poesia ou prosa (contos, peças, etc)	16	12	34	8
Fazer uma canção (letra ou música)	14	12	35	10
Outra opção – qual?	0	0	1	0

Já em relação ao interesse em fazer uma ou mais destas actividades, destaca-se a criação de objectos e animações em 3D (44 inquiridos), seguido de criar animações e aplicações interactivas (36 inquiridos), modificar um jogo de computador e criar um vídeo-jogo (ambos com 34 inquiridos a manifestarem interesse). Deste conjunto de actividades, as que suscitaram menos interesse junto dos participantes no estudo foram as seguintes: fazer uma canção (35 inquiridos responderam não ter interesse), escrever prosa ou poesia e criar um podcast (ambos com 34 inquiridos) e modificar o próprio computador (30 inquiridos).

Em síntese, a maioria dos jovens do estudo reportam já ter efectuado actividades de captura de imagem (vídeo, foto), demonstrando sobretudo ter interesse em desenvolver competências em criação de animações, objectos 3D e vídeo-jogos,

manifestando ter pouco interesse em actividades criativas mais tradicionais, como é caso da escrita e da música, ou então na modificação do próprio computador e na realização de podcasts.

5 – Televisão: uso e preferências

Os dois últimos blocos do estudo tinham por objectivo obter uma perspectiva geral sobre o acesso, frequência de uso e preferências relativas a televisão e à internet. Assim, começou-se por perguntar aos participantes se tinham televisão em casa – sem surpresa, houve unanimidade na resposta.

Tabela 21: Estudo de avaliação de formato ‘cross-media’ (2007) TV – posse em casa

	TOTAL (n=76)
Sim	76
Não	0

Relativamente à frequência de visionamento de televisão ao longo da semana, a larga maioria dos jovens respondeu ver televisão todos os dias, mais concretamente, 66 dos 77 inquiridos.

Tabela 22: Estudo de avaliação de formato ‘cross-media’ (2007) TV – frequência de uso p/ semana

	TOTAL (n=77)
1 dia	1
2 dias	1
3 dias	1
4 dias	2
5 dias	1
6 dias	4
Todos os dias	66

Já sobre quantas horas, em média, vêem televisão, a maioria dos participantes respondeu ver entre 1 a 3 horas, com 7 dos jovens a reportar ver menos do que uma hora

por dia e, ainda, 22 dos inquiridos a afirmarem ver mais do que 3 horas diárias de televisão.

Tabela 23: Estudo de avaliação de formato ‘cross-media’ (2007) TV- visionamento diário

	TOTAL (n=77)
Menos de 1 hora	7
Entre 1 e 2 horas	25
Entre 2 e 3 horas	22
Entre 3 e 4 horas	16
Mais de 4 horas	6

Finalmente, sobre as preferências de géneros televisivos, surgem destacados os filmes, seguido das séries de humor e séries de ficção. As séries juvenis são o quarto género a obter um maior número de respostas “gosto muito” e, simultâneo, suscitam o maior número de respostas “não gosto nada”, o que não deixa de ser curioso. Os géneros televisivos que recolhem menor preferência por parte desta amostra de jovens são os talk-shows e os noticiários.

Tabela 24: Estudo de avaliação de formato ‘cross-media’ (2007) TV – preferências de géneros

	Gosto muito	Gosto pouco	Gosto nada	Não gosto nada
Séries juvenis (Morangos com Açúcar, ...)	28	24	11	13
Séries de ficção (Lost, House, ...)	42	22	7	5
Novelas	19	28	19	11
Filmes	59	18	0	0
Desenhos animados	29	31	14	3
Programas de Humor	42	23	8	4
Concursos	18	28	22	9
Desporto	28	27	13	9
Documentários	23	27	19	7
Noticiários	7	32	29	9
Talk-shows	7	15	40	10
Outros? Quais?	3	2	1	0

6 – Internet: acesso e uso

O último bloco de perguntas começou por perguntar aos inquiridos se tinham ou não acesso à internet, verificando-se que dos 76 participantes que responderam à questão 72 tinham acesso.

Tabela 25: Estudo de avaliação de formato ‘cross-media’ (2007) Internet - acesso

	Leiria	Batalha	Nazaré	TOTAL
Sim	21	38	13	72
Não	1	2	1	4

Os locais de acesso à internet que são mais referenciados por estes jovens são a própria casa (60 inquiridos) e a escola (55 inquiridos), sendo ainda significativo o número de jovens que afirma ter acesso a partir de bibliotecas (35 inquiridos) e de casa de amigos (29 inquiridos). Também significativa é a diferença entre os alunos das escolas de Leiria e Nazaré em comparação com os alunos da Batalha relativamente ao acesso à internet a partir de casa: neste último caso, com 27 em 40 jovens a reportarem ter internet em casa, enquanto que em Leiria 3 alunos reportaram não ter acesso em casa e na Nazaré 1 aluno referiu não ter acesso na sua própria casa.

Tabela 26: Estudo de avaliação de formato ‘cross-media’ (2007) Internet – locais de acesso

	Leiria	Batalha	Nazaré	Total
Casa	20	27	13	60
Escola	17	32	6	55
Biblioteca	4	28	3	35
Cybercafé	2	0	0	2
Casa de amigos	9	17	3	29
Outra – qual?	1	0	0	1

Sobre o tipo de acesso à internet que se tem em casa, o ADSL é o tipo de tecnologia mais frequente, seguido do cabo. Alguns dos jovens não sabem que tipo de acesso têm a partir de casa e 1 dos inquiridos reportou ter acesso à internet via telemóvel.

Tabela 27: Estudo de avaliação de formato ‘cross-media’ (2007) Internet – tipo de acesso em casa

	Leiria	Batalha	Nazaré	TOTAL
Linha telefónica normal (dial-up)	0	1	2	3
Banda-larga: ADSL	15	21	2	38
Banda-larga: Cabo	4	1	6	11
RDIS	0	0	0	0
Outras ligações	0	1	1	2
Não sei	1	3	2	6
Não tenho acesso em casa	1	8	1	10

Finalmente, averiguou-se a frequência de acesso à internet ao longo da semana: cerca de metade dos inquiridos reportou usar todos os dias, o que contrasta de forma significativa com a frequência de uso da televisão por parte deste grupo de jovens.

Tabela 28: Estudo de avaliação de formato ‘cross-media’ (2007) Internet–frequência de uso

	Leiria	Batalha	Nazaré	TOTAL
1 dia	0	7	0	7
2 dias	1	3	1	5
3 dias	2	4	2	8
4 dias	0	4	2	6
5 dias	3	5	1	9
6 dias	2	0	1	3
Todos os dias	14	13	7	34

A última questão do inquérito teve por objectivo determinar o tempo de médio de acesso diário à internet junto destes jovens. Assim, a maior parte dos jovens acede diariamente à internet entre 1 a 2 horas (24 inquiridos), seguido dos que acedem menos do que 1 hora por dia (15 inquiridos) e dos que acedem entre 3 a 4 horas (13 inquiridos). Os padrões de acesso diários à internet são semelhantes entre os alunos de Leiria e da Batalha, mas no caso dos alunos da Nazaré verifica-se uma polarização entre os ‘heavy-users’ e os ‘light-users’, mas a amostra é demasiado reduzida para se retirar conclusões.

Tabela 29: Estudo de avaliação de formato ‘cross-media’ (2007) Internet – uso diário

	Leiria	Batalha	Nazaré	TOTAL
--	--------	---------	--------	-------

Menos de 1 hora	0	11	4	15
Entre 1 e 2 horas	10	13	1	24
Entre 2 e 3 horas	4	3	3	10
Entre 3 e 4 horas	6	5	2	13
Mais de 4 horas	2	5	4	11

6. Principais resultados do estudo etnográfico

No início deste capítulo, definiu-se como objectivo primeiro deste estudo de avaliação de um formato ‘cross-media’ apurar qual o interesse e relevância de um formato que faz apelo à participação e ao contributo criativo por parte de uma amostra de jovens dos 12 aos 18 anos.

Para começar a dar resposta a esta questão talvez seja útil recorrer aos dados da questão relativa ao interesse em ver e participar no formato Total Explorer, no caso deste se tornar uma série de programas de TV e um web site. Desta forma, 3 em cada 4 participantes respondeu ter interesse em ver e participar no formato Total Explorer - 59 em 77 dos inquiridos, com 15 jovens a escolherem a opção “não sei/ não respondo” e 3 dos participantes a responderem de forma negativa. Este número é expressivo e um bom indicador do interesse e relevância deste tipo de formato para os jovens dos 12 aos 18 anos.

Outros números que são bons indicadores do interesse e relevância do formato para os jovens na faixa etária considerada, são as médias de avaliação do piloto TV e do protótipo web - positivas ainda que significativamente diferenciadas entre as três escolas que integraram o estudo de avaliação, como já foi anteriormente notado. Assim, a média de avaliação dos 75 participantes que avaliaram o piloto TV foi de 7.37 pontos, num máximo de 10 pontos, enquanto que a média das pontuações dadas pelos 77 participantes ao protótipo web situou-se nos 7.28 pontos.

Ainda sobre o piloto TV, o grau de concordância de discordância a um conjunto de afirmações sobre este conteúdo apontou também para uma avaliação globalmente positiva por parte dos participantes no estudo: a grande maioria é de opinião que este conteúdo é adequado à sua faixa etária e que poderá ser potencialmente útil no contexto escolar, tendo valorizado aspectos como a clareza na apresentação de conhecimentos e informações e o recurso a animações e a grafismo.

Em relação às questões associadas à participação, verificou-se ser expressivo o interesse declarado em interagir e participar num programa de televisão com as características do Total Explorer, seja através de visitas de estudo aos locais apresentados no programa, seja através da selecção das histórias a serem exibidas e o visionamento de vídeos extra das histórias.

No caso particular da participação no formato através da submissão dos próprios conteúdos, verificou-se que de modo geral há um interesse substancial em interagir deste modo com um formato como o que foi apresentado a este conjunto de jovens. Como já antes foi apontado, para este grupo de jovens a aprendizagem de novas competências e conhecimentos seria a motivação mais forte à participação neste formato, sendo as recompensas materiais à participação também um factor de motivação importante, bem como o reconhecimento do trabalho submetido. De notar que o principal factor de motivação declarado pelos participantes para participação neste formato foi “aprender mais sobre a minha região”.

Nesta linha, em relação ao tema genérico do formato – ‘conhecer a herança cultural e natural das regiões e locais de Portugal - quase todos os jovens consideram ser este tema “apelativo” ou mesmo “muito apelativo” (49 e 25 inquiridos, respectivamente), tendo 3 participantes considerado esta temática como pouco apelativa. Ainda relacionado com este ponto, os participantes declararam uma clara preferência e interesse por programas sobre a sua terra ou região, em comparação com as opções “outras regiões portuguesas”, “outros países europeus” ou “países de língua oficial portuguesa”.

Como seria de esperar, nas respostas abertas recolheu-se muitos elementos de interesse e importância para o presente estudo. Muitos dos jovens deram provas de serem atentos, exigentes e críticos, ao apontarem falhas a aspectos técnicos dos vídeos ou do protótipo web: o facto de não estar completamente funcional, a lentidão da resposta do site, a impossibilidade de enviar uma foto para o perfil depois de se proceder ao registo no site, a música de fundo demasiado alta, a manutenção da legendagem original de um documentários num dos vídeos, entre outros exemplos possíveis.

No entanto, de modo geral a sua apreciação foi positiva: nas respostas abertas, a maior parte dos participantes valorizou no piloto TV sobretudo a aquisição de conhecimentos, sem esquecer também os aspectos formais dos vídeos. No caso do protótipo web, os participantes no estudo deram destaque à facilidade de navegação e

utilização do site, a boa organização dos conteúdos e design atractivo, ainda que os vídeos tenham sido o aspecto mais referido pelos jovens que integraram este estudo.

Em síntese, os resultados obtidos neste estudo de avaliação apontam para que parte significativa desta amostra de jovens dos 12 aos 18 anos tenha forte interesse e apetência em participar em formatos de media como o apresentado, em particular, através da criação e partilha de conteúdos. No entanto, a amostra é pequena para se extrapolar para o universo dos jovens portugueses nestas idades, ainda que seja um indicador a ter em consideração e a ser ponderado com outros dados e elementos.

Estudo de avaliação do formato cross-mídia – referências:

- Costa, Conceição (2006) “Cultural Factors and Usability - User Expectations for the Location of E-Commerce Web Objects: Case Study in Portugal”. Disponível em <<http://netlab.ulusofona.pt/xml/Paper061103.htm>>, acessado em 2008-01-23.
- Costa, Conceição; Damásio, Manuel José & Quico, Célia (2005) “User Centred Design methodologies applied to the development of an Electronic Programming Guide: the partnership experience of PT Multimédia and Universidade Lusófona”, in proceedings of European Conference on Interactive Television: User Centred ITV Systems, Programmes and Applications”, Aalborg/ Dinamarca, 30 de Março a 1 de Abril de 2005.
- Laurel, Brenda (2004) “Design Research, Practice, and Principles for Digital Kids”, São Francisco: Exploratorium & Macarthur Foundation. Disponível em <http://www.exploratorium.edu/research/digitalkids/Laurel_DigitalKids.pdf>, acessado em 2007-01-11.
- Pereira, Sara (2007) *Por Detrás do Ecrã: Televisão para crianças em Portugal*, Porto: Porto Editora.
- Norman, Donald A. (1988) *The Design of Everyday Things*, Cambridge/ Massachussets: The MIT Press.