

## **PARTE II**

### **4. Estudo de avaliação do formato *cross-media***

- 4.1. Introdução e objectivos
- 4.2. Metodologia
- 4.3. Amostra
- 4.4. Trabalho de campo
- 4.5. Análise dos dados
- 4.6. Principais conclusões

## 4. Estudo de avaliação do formato *cross-media*

### 4.1. Introdução e objectivos

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?** Depois de desenvolvido, o piloto/ protótipo *cross-media* foi sujeito à avaliação por parte de uma amostra de jovens, a quem foi solicitado que se pronunciassem sobre o interesse e utilidade de um formato que pretende fomentar a criação e partilha de conteúdos pelos próprios utilizadores.

“O que oiço, esqueço. O que vejo, recordo. O que faço, compreendo”, este adágio de Confúcio é citado por **Jane Fulton Suri**, responsável pela área de investigação e desenvolvimento em factores humanos da IDEO - empresa norte-americana de remome mundial na área do design -, para sublinhar a importância da experiência directa de protótipos em alternativa á demonstração de conceitos de produtos ou serviços (Suri; 2003: 47). Assim, em vez de se perguntar a um grupo de jovens se têm interesse e apetência para serem membros de uma nova Cultura Participativa, optou-se por simular um formato de *media* participativo, possibilitando a sua experiência directa e pessoal e, posteriormente, permitindo dar a sua opinião mais fundamentada sobre o seu interesse e apetência em participar nos *media* de diferentes modos.

Os **protótipos** são representações de um produto/ serviço realizadas antes dos artefactos finais, que são criados para informar quer o processo de desenvolvimento quer as decisões (Buchenau & Suri; 2000: 1). Desde esboços em papel a aplicações parcialmente funcionais, o desenvolvimento de protótipos é hoje em dia uma actividade-chave no desenvolvimento de sistemas interactivos, com os exemplos notáveis da Apple e do Xerox Parc (Buchenau & Suri; 2000: 1).

A avaliação de **pilotos de televisão** por parte de amostras de espectadores é uma prática habitual das grandes empresas produtoras de conteúdos audiovisuais desde há décadas. Este método é contestado por uns e defendido por outros (Reuters; 2006), mas continua a ser utilizado de forma consistente ao mais alto nível da produção televisiva a nível mundial. Antes da indústria televisiva adoptar este método de triagem e de refinamento dos seus produtos, já a indústria cinematográfica recorria a este tipo de testes, denominados de *preview screenings*, nomeadamente na época de ouro do cinema em Hollywood durante as décadas de 30 e 40 (Shutt; 2005: 293).

A prática de avaliação de um formato de *media* por parte dos seus consumidores-finais apesar de invulgar em Portugal, tem um notável exemplo na série destinada a crianças **Rua Sésamo**, co-produzida em inícios da década de 90 em Portugal pela RTP e a Children's Television Workshop. Com uma equipa de investigação e orientação pedagógica liderada por Maria Emília Brederode Santos, na série *Rua Sésamo* a investigação assumiu um papel central no processo de escrita e desenho: “Esta ‘avaliação formativa’, que seguia metodologias variáveis e se baseava em amostras populacionais restritas, tinha por missão, em resumo, fornecer à produção informações pertinentes para uma melhor adequação do material às crianças” (Pereira; 2007: 116-117).

No entanto, **ainda são raras em Portugal as práticas de teste e avaliação** de programas ou pilotos de televisão e, ainda, de produtos ou protótipos multimédia por parte da indústria – aliás, no decurso da minha carreira profissional tenho vindo a constatar que mesmo a realização de estudos de usabilidade antes ou depois do lançamento de web sites continua a ser a excepção e não a regra. Neste âmbito, tenho vindo a prosseguir activamente a introdução de práticas de desenvolvimento centradas no utilizador (*user centered design*) na TV Cabo, de que é exemplo o estudo de usabilidade para desenvolvimento de um novo guia de programação electrónico, realizado em parceria com o Laboratório de Usabilidade da Universidade Lusófona de Humanidades e tecnologias (Costa, Damásio & Quico; 2005).

Desta forma, ao se avaliar este formato *cross-media* em diferentes fases do seu desenvolvimento, também houve a intenção de contribuir efectivamente para demonstrar o potencial da aplicação de boas práticas do design centrado nos utilizadores (Norman; 1988), que permite obter uma profunda compreensão dos aspectos mais e menos valorizados pelos utilizadores e, em consequência, otimizar os produtos e serviços que venham a ser desenvolvidos e posteriormente oferecidos no mercado. Ainda sobre metodologias de desenvolvimento centradas no utilizador, a investigadora norte-americana **Brenda Laurel** estabelece uma clara distinção entre pesquisa de design (*design research*) e pesquisa de mercado tendo por base os seus objectivos-finais: “A pesquisa de mercado tipicamente examina um mercado potencial com o propósito de determinar se um produto ou serviço particular é apelativo para esse mercado e está focado principalmente em influenciar o mercado. A pesquisa de design tem o objectivo-final de descobrir o tipo de produtos e serviços que podem ser criados para servir um segmento de mercado particular e está principalmente focado em influenciar o processo de design” (Laurel; 2004: 1).

Neste sentido, ao interpretar os comportamentos das audiências modernas, os standards contemporâneos de exigência sobre o serviço público de *media* e os desafios desta década, a **BBC** identificou como sendo essencial ser mais aberta e dialogante com as audiências: “Tal implica uma profunda mudança cultural na BBC: as audiências devem estar no centro de tudo o que fazemos. A BBC irá investigar as prioridades de quem paga as taxas de televisão antes de propor qualquer novo serviço ou um ajustamento de vulto a um serviço existente” (BBC; 2004: 19). No documento “Building Public Value: Renewing the BBC for a digital world”, a BBC expõe a sua visão de futuro, em particular, o modelo de relacionamento com as suas audiências, tendo por objectivo cada vez mais **transformar as audiências em comunidades**: “Muitas das audiências da BBC são elas próprias comunidades, com interesses e paixões partilhadas. O crescimento das tecnologias bi-direccionais como a internet e a televisão digital significa que agora elas podem comunicar entre si num ambiente seguro da BBC e podem utilizar os recursos da BBC para experimentar coisas novas e aprender novas competências” (BBC; 2004: 78).

Sendo à partida nobre o objectivo de transformar audiências em comunidades, também pode ser considerado ambicioso. Num país como Portugal em que a qualidade do serviço público de televisão prestado pelo actual operador tem vindo a ser alvo de sucessiva contestação (Lopes; 2006) será este objectivo desfasado da realidade? A constituição de comunidades de interesse em redor de programas de serviço público tem terreno onde se basear e crescer? Alguns elementos de resposta a esta questão poderão vir a ser fornecidos no **estudo de avaliação do formato cross-media “Total Explorer”**, cujos os **objectivos principais** são os seguintes:

- 1) 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;
- 2) sondar qual o interesse em participar no piloto TV e protótipo web e quais os principais factores de motivação à participação;
- 3) apurar qual o nível de interesse na temática relativa à herança cultural e natural dos locais e regiões de Portugal;
- 4) averiguar qual o nível de competências e o interesse em criar e partilhar conteúdos próprios;
- 5) verificar qual o nível de participação em comunidades online.

## 4.2. Metodologia

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 do público-alvo a ser alvo de investigação.

Brenda Laurel 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 (Laurel; 2004: 1-2). 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 (Laurel; 2004: 2). O cruzamento de métodos quantitativos com qualitativos pode permitir extrapolar com segurança os resultados da investigação para uma população mais vasta, nota Laurel, 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 (Laurel; 2004: 4).

Assim, como já se havia recolhido dados qualitativos através da realização do estudo etnográfico junto de 10 famílias com jovens dos 12 aos 24 anos – sem esquecer os dados qualitativos do caso de estudo Sapó Challenge 2007, a ser apresentado no próximo capítulo –, 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, incluía também algumas perguntas com respostas abertas, de forma a se obter alguns 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:

- 1) 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);
- 2) de seguida, cada participante utiliza o protótipo web associado ao formato TV (duração aproximada 15-20 minutos);
- 3) no final, procede-se à aplicação do inquérito individual de avaliação (duração aproximada 15-20 minutos).

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/> .



**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 des 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)
3. 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 Quico ([contaco@ua.pt](mailto:contaco@ua.pt)), 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.

Figura 1: Página de entrada p/ sessões de avaliação



**TOTAL EXPLORER**

-  **Clip 1:** Que tesouros se encontram no maior canhão submarino da Europa?
-  **Clip 2:** Código D. Fuas - qual o significado e origem da lenda de Nossa Senhora da Nazaré?
-  **Clip 3:** Como desapareceu a lagoa da Pederneira, um dos principais portos portugueses dos Descobrimentos?
-  **Clip 4:** Existe na Nazaré uma das últimas culturas comunitárias tradicionais da Europa?
-  **Clip 5:** Qual o mistério do submarino alemão U-963 afundado no final da II Guerra Mundial ao largo da Nazaré?

Figura 2: Menu do DVD p/ sessões de avaliação

### 4.3. Amostra

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 Lobo 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 de constituir uma amostra aleatória de jovens dos diversos anos de escolaridade do 7º ao 12º ano.

#### **4.4. Trabalho de campo**

O **trabalho de campo decorreu de 22 a 25 de Outubro de 2007** em três escolas do distrito de Leiria: Escola Secundária de Domingos Lobo 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 Lobo 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.



#### 4.5. 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 Lobo 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 Lobo, 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.

##### Idade dos Inquiridos (n= 77)

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

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

##### Sexo dos Inquiridos (n= 77)

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

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.

**Escolaridade dos Inquiridos (n= 77)**

	Leiria	Batalha	Nazaré	TOTAL
<b>7º ano</b>	0	0	2	<b>2</b>
<b>8º ano</b>	0	20	2	<b>22</b>
<b>9º ano</b>	0	20	2	<b>22</b>
<b>10º ano</b>	0	0	2	<b>2</b>
<b>11º ano</b>	0	0	3	<b>3</b>
<b>12º ano</b>	23	0	3	<b>26</b>
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. 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.

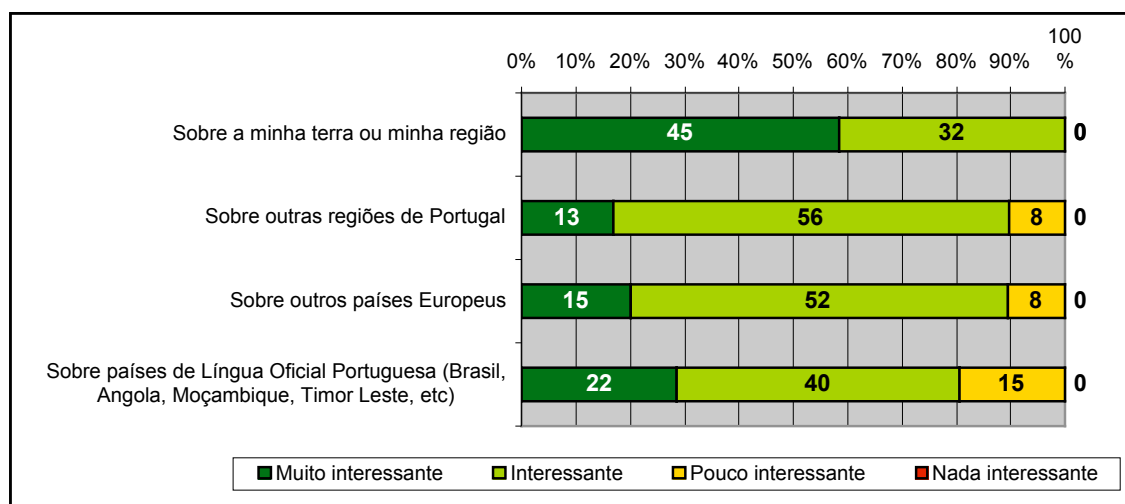
**1. Qual a tua opinião sobre o tema escolhido para este programa de Televisão e Web site – “Total Explorer”? - Conhecer a riqueza cultural e natural dos locais e regiões Portuguesas**

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

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 interesse. 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).

## 2. Qual o teu interesse em ver um programa de Televisão deste tipo?

	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



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.

### 3. Qual destas histórias seleccionaste para ver?

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

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.

#### 4. Qual a tua opinião sobre as histórias do programa de TV “Total Explorer”?

	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.

**5. Concordas ou discordas com as seguintes frases relativas ao programa TV “Total Explorer”?**

	Concordo completamente	Concordo	Discordo	Discordo completamente	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 um apresentador ou apresentadora	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

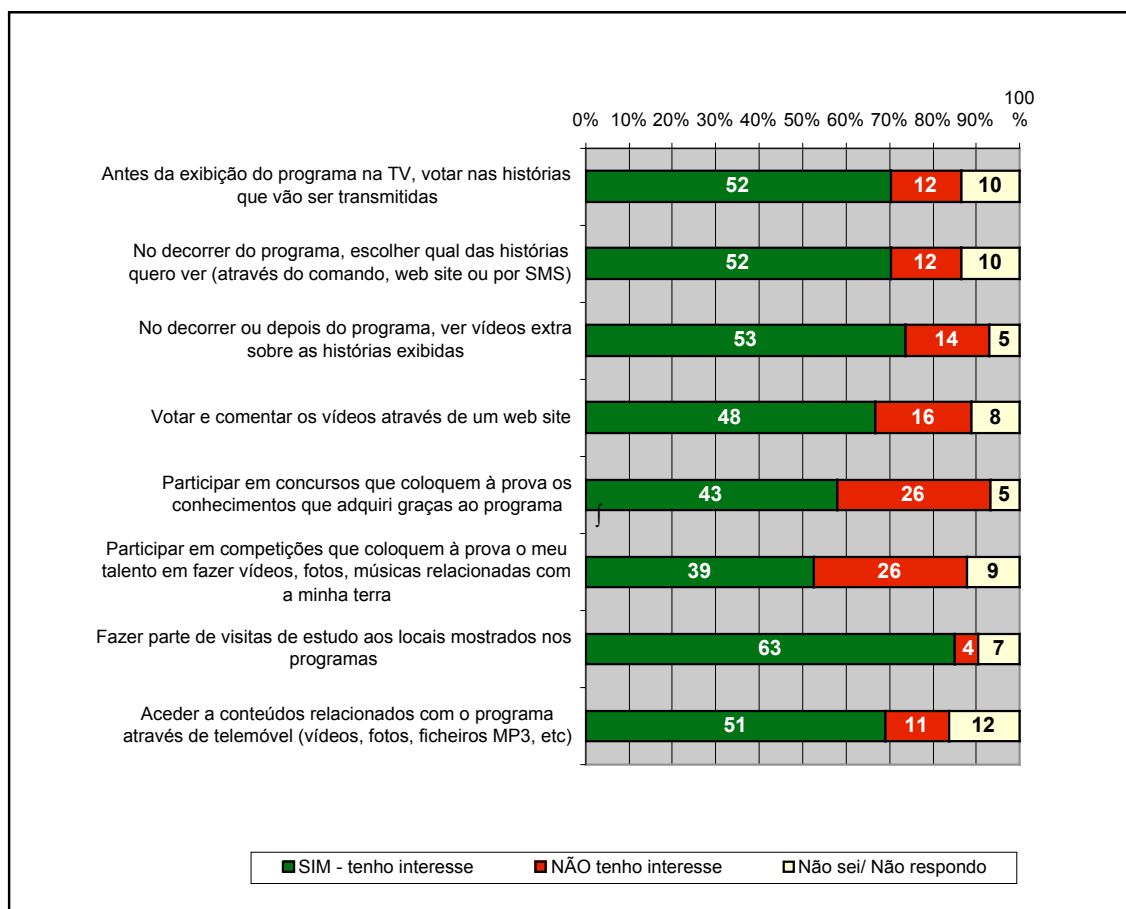
A próxima pergunta tinha por intenção averiguar **qual o interesse dos participantes em interagir ou participar com o programa de televisão** de diferentes modos e com recurso a diversos tipos de tecnologias. Do conjunto de opções ao dispor dos participantes, sobressai a opção **‘fazer parte de visitas 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 expresiva 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. 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.

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.

**6. No caso de ser possível interagir ou participar no programa TV, à partida terias interesse nas seguintes formas de interacção e participação?**

	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



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”

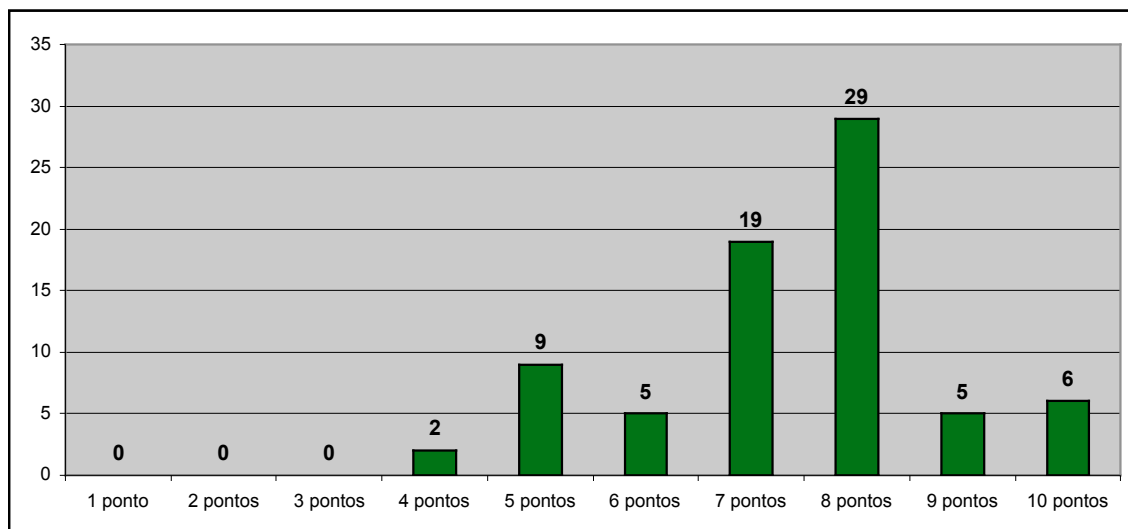
(ID 0.09) – aluno da escola de Leiria, 18 anos

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 mesma 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.

**9. No geral como avalias o 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	<b>0</b>
2 pontos	0	0	0	0	<b>0</b>
3 pontos	0	0	0	0	<b>0</b>
4 pontos	1	0	1	0	<b>2</b>
5 pontos	5	1	1	2	<b>9</b>
6 pontos	3	0	1	1	<b>5</b>
7 pontos	6	4	4	5	<b>19</b>
8 pontos	7	10	6	6	<b>29</b>
9 pontos	0	3	2	0	<b>5</b>
10 pontos	0	1	5	0	<b>6</b>
<b>Média</b>	<b>6.59</b>	<b>7.89</b>	<b>7.85</b>	<b>7.07</b>	<b>7.37</b>

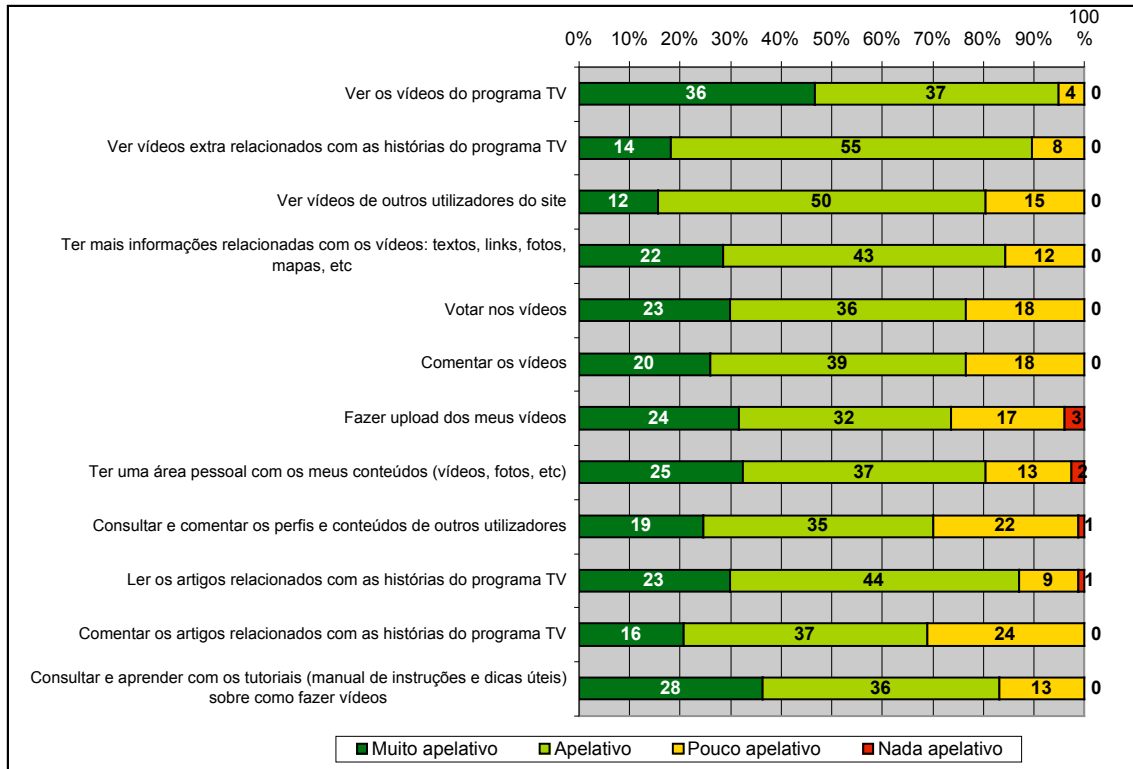


## 2- Avaliação do “Total Explorer”: protótipo Web

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. 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.

### 1. Qual a tua opinião sobre os conteúdos e funcionalidades 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



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.

## 2. Quais das seguintes tarefas concluíste com sucesso?

**Assinala as acções que concluíste.**

(podes marcar mais do que uma opção )

	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 Batallha, 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:**

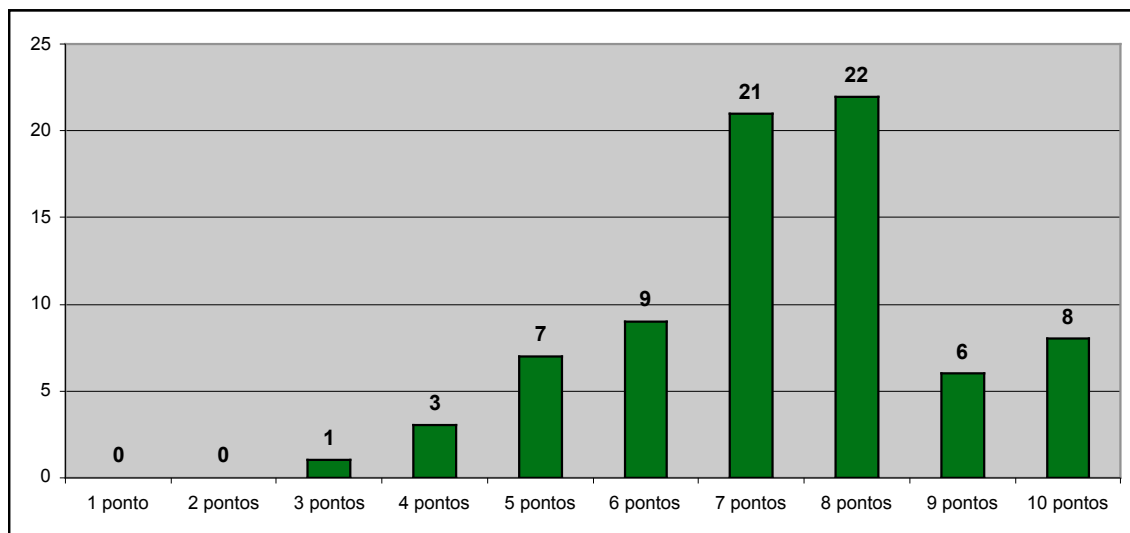
“A sua estrutura e a sua apresentação, acho que a página inicial desperta muito a atenção por causa das cores vivas e também as fotos.”  
(ID 0.28) – aluna da escola da Nazaré, 17 anos

“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 7.28 pontos** e, finalmente, os **alunos da escola de Leiria atribuíram a pontuação média de 6.13 pontos**.

**5. No geral como avalias o 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	<b>0</b>
2 pontos	0	0	0	0	<b>0</b>
3 pontos	1	0	0	0	<b>1</b>
4 pontos	2	0	1	0	<b>3</b>
5 pontos	4	1	1	1	<b>7</b>
6 pontos	4	0	2	3	<b>9</b>
7 pontos	10	2	5	4	<b>21</b>
8 pontos	2	11	5	4	<b>22</b>
9 pontos	0	5	0	1	<b>6</b>
10 pontos	0	1	6	1	<b>8</b>
	<b>6.13</b>	<b>8.1</b>	<b>7.8</b>	<b>7.28</b>	<b>7.28</b>



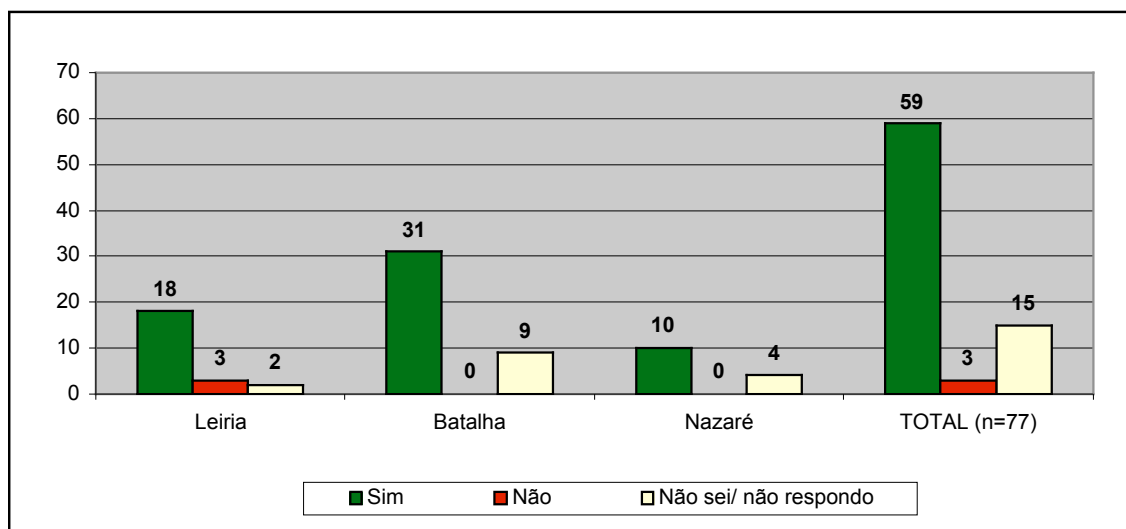


### 3- Participação online

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 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.

#### 1. No caso do “Total Explorer” se tornar uma série de programas de Televisão e um Web Site, terias interesse em ver e participar?

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



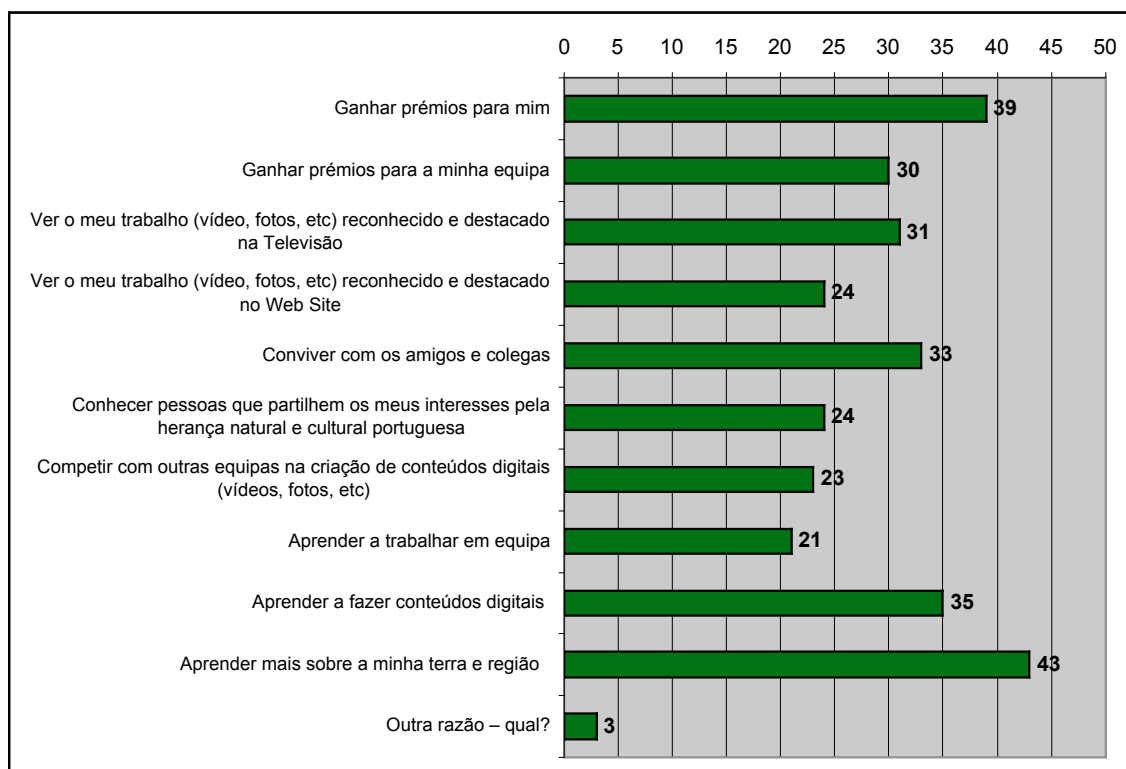
Relativamente aos **motivos para participarem com os próprios conteúdos** numa série de programas de televisão e web site “Total Explorer”, os participantes responderam em primeiro lugar ‘aprender mais sobre a minha região’, seguido de perto por ‘ganhar prémios para mim’ e ‘aprender a fazer conteúdos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

**1.a. Se respondeste SIM, por favor identifica as razões que te motivariam a contribuir com os teus vídeos, fotos, textos para o programa de TV e Web Site “Total Explorer”?**

(podes marcar mais do que uma opção )

	Leiria	Batalha	Nazaré	TOTAL	
Ganhar prémios para mim	11	21	7	<b>39</b>	2º
Ganhar prémios para a minha equipa	7	16	7	<b>30</b>	6º
Ver o meu trabalho (vídeo, fotos, etc) reconhecido e destacado na Televisão	10	15	6	<b>31</b>	5º
Ver o meu trabalho (vídeo, fotos, etc) reconhecido e destacado no Web Site	7	11	6	<b>24</b>	
Conviver com os amigos e colegas	6	22	5	<b>33</b>	4º
Conhecer pessoas que partilhem os meus interesses pela herança natural e cultural portuguesa	4	14	6	<b>24</b>	
Competir com outras equipas na criação de conteúdos digitais (vídeos, fotos, etc)	6	13	4	<b>23</b>	
Aprender a trabalhar em equipa	3	15	3	<b>21</b>	
Aprender a fazer conteúdos digitais	14	14	7	<b>35</b>	3º
Aprender mais sobre a minha terra e região	12	25	6	<b>43</b>	1º
Outra razão – qual?	1	2	0	<b>3</b>	



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

**1.b. Se respondeste NÃO, por favor indica qual a principal razão para não queres participar ou contribuir para este projecto? (podes marcar mais do que uma opção )**

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

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.

**2. Participação em Comunidades Online: nos últimos 12 meses, participaste em comunidades online (My Space Hi5, etc)?**

	Leiria	Batalha	Nazaré	TOTAL
Sim	16	21	13	<b>50</b>
Não	7	19	1	<b>27</b>

**2.a. Se respondeste SIM, por favor identifica quais as comunidades a que pertences e com que frequência as usas: (podes marcar mais do que uma opção )**

	TOTAL	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.

##### 1. Já fizeste alguma destas actividades?

(podes marcar mais do que uma opção )

Partilhar criações minhas na Internet (vídeos, fotos, textos, músicas, etc)  
Publicar comentários em blogs ou em fóruns de discussão  
Criar e manter a minha homepage  
Criar e manter homepages e blogs com amigos e colegas  
Remisturar e editar materiais que encontrei online e fazer um novo trabalho  
Criar e manter o meu blog

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

De forma a se obter uma compreensão mais aprofundada das competência 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). 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.

## 2. Criar conteúdos - tens interesse ou já fizeste alguma destas actividades?

(podes marcar mais do que uma opção )

	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 ( <i>modding</i> )	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

## 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.

### 1. Tens Televisão em tua 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.

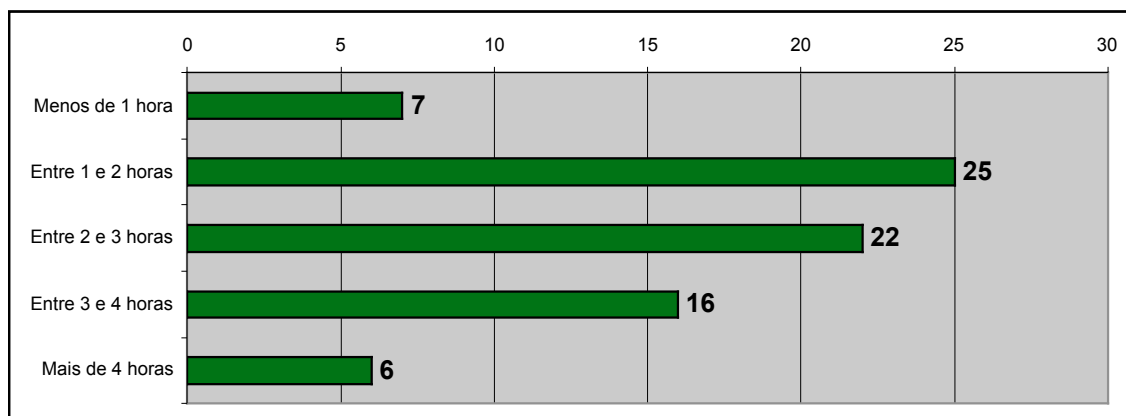
### 2. Com que frequência vês Televisão por semana (em média)?

	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.

### 3. Quantas horas por dia vês Televisão em casa ou noutra local?

	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**. Os géneros televisivos que recolhem menor preferência por parte desta amostra de jovens são os talk-shows e os noticiários.

#### 4. Preferes que tipo de programas?

	Gosto muito	Gosto	Gosto pouco	Não gosto nada
Séries juvenis ( <i>Morangos com Açúcar, ...</i> )	28	24	11	13
Séries de ficção ( <i>Lost, House, ...</i> )	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.

### 1. Tens acesso à Internet?

	Leiria	Batalha	Nazaré	TOTAL
Sim	21	38	13	<b>72</b>
Não	1	2	1	<b>4</b>

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 significativo é a diferença entre os alunos das escolas de Leiria e Nazaré em comparação com os alunos da escola 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.

## 2. Onde tens acesso à Internet?

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

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.

## 3. Que tipo de acesso à Internet tens em casa?

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

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.



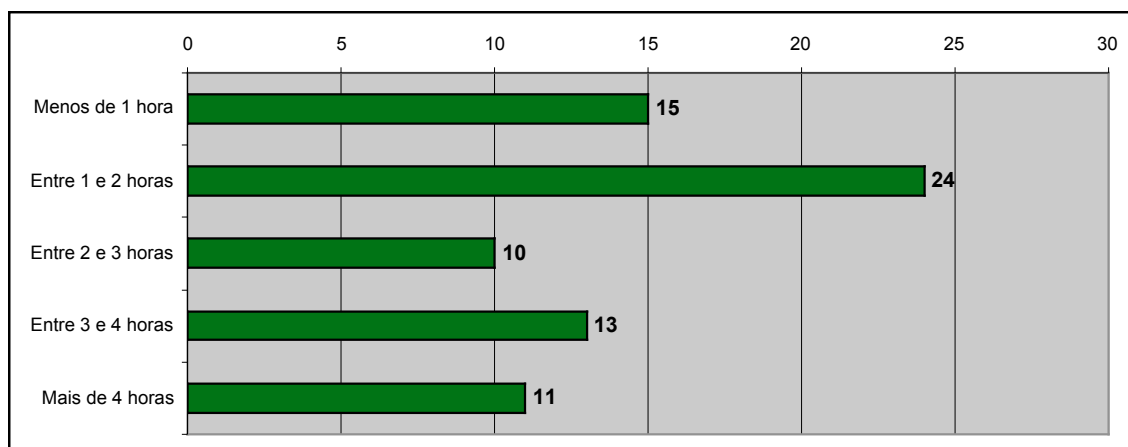
**4. Com que frequência acedes à Internet por semana (em média)?**

	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 diários á 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 á 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, ainda que a amostra seja demasiado reduzida para daqui se retirar conclusões.

**5. Quantas horas por dia utilizas a Internet em casa, no trabalho/ escola ou noutra local**

	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



#### **4.7. Principais conclusões**

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 (à semelhança do que a BBC já efectuou durante a série documental *Coast* – mais detalhes no

capítulo anterior, sobre o desenvolvimento do formato *cross-média*), 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.

A questão que agora deve ser colocada é – **e se este formato de *media* participativo desse o salto do ‘laboratório’ para a realidade**, ou seja, e se um formato deste tipo estivesse ao dispor de todos os jovens portugueses durante um determinado período de tempo que permitisse monitorizar se as manifestações de interesse e apetência na criação e partilha de conteúdos são ou não efectivas? No próximo capítulo, precisamente serão apresentados elementos de resposta a esta pergunta, ao se descrever a adesão dos jovens dos 12 aos 18 anos à iniciativa Sapo Challenge 2007, que decorreu de Janeiro a Junho de 2007.

## ***Estudo de avaliação do piloto cross-media – bibliografia:***

Buchenau, Marion & and Suri, Jane Fulton (2000) “Experience prototyping”, in *Proceedings of the Conference on Designing interactive Systems: Processes, Practices, Methods, and Techniques*, New York City, New York, United States, August 17 - 19, 2000. D. Boyarski and W. A. Kellogg, Eds. DIS '00. ACM, New York, NY, 424-433.

Disponível online (acedido em 2007-10-31):

<http://doi.acm.org/10.1145/347642.347802>

BBC (2004) “Building public value Renewing the BBC for a digital world”, BBC.

Disponível online (acedido em 2007-10-31):

[http://www.bbc.co.uk/foi/docs/bbc\\_constitution/bbc\\_royal\\_charter\\_and\\_agreement/Building\\_Public\\_Value.pdf](http://www.bbc.co.uk/foi/docs/bbc_constitution/bbc_royal_charter_and_agreement/Building_Public_Value.pdf)

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”, conference proceedings “European Conference on Interactive Television: User Centred ITV Systems, Programmes and Applications”, Aalborg University, Dinamarca, de 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.

Lopes, Felisbela (2007) “O ano da renovação administrativa das licenças da SIC e TVI”, in *Obercom – Anuário 2005-2006*, Lisboa: OberCom.

Pereira, Sara (2007) *Por Detrás do Ecrã: Televisão para crianças em Portugal*, Porto: Porto Editora.

Horrigan, John B. (2007) “A Typology of Information and Communication Technology Users”, relatório PEW Internet & American Life.

Disponível online (acedido em 2007-10-31):

[http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP\\_ICT\\_Typology.pdf](http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP_ICT_Typology.pdf)

Norman, Donald A. (1988) *The Design of Everyday Things*, Cambridge/ Massachusetts: The MIT Press.

Reuters (2006) "TV pilots often fall victim to research groups", site tv.com, 8 de Maio de 2006.

Disponível online (acedido em 2007-10-31):

[http://www.tv.com/moonlighting/show/301/story/4433.htmlom\\_act=convert&om\\_clk=headlinesh](http://www.tv.com/moonlighting/show/301/story/4433.htmlom_act=convert&om_clk=headlinesh)

Shutt, Buffy (2003) "Research and the Movies", in *Design Research: Methods and Perspectives*; Laurel, Brenda (edit.), Cambridge/ Massachusetts & London/ England: The MIT Press.

Suri, Jane Fulton (2003) "The Experience Evolution: Developments in Design Practice", in *The Design Journal*, Volume 6, Issue 2.

Disponível online (acedido em 2007-10-31):

[http://www.ideo.com/pdf/FultonSuri-Developments\\_in\\_Design\\_Practice.pdf](http://www.ideo.com/pdf/FultonSuri-Developments_in_Design_Practice.pdf)