



UNIVERSIDADE
CATÓLICA
PORTUGUESA

BRAGA

Os motivos que levam as pessoas a verem séries televisivas compulsivamente e a sua relação com a solidão

Dissertação de Mestrado apresentada à
Universidade Católica Portuguesa para
obtenção do grau de mestre em **Psicologia
Clínica e da Saúde**

Maria Beatriz Garcia Beleza Vaz

Faculdade de Filosofia e Ciências Sociais

OUTUBRO 2022



CATÓLICA
FACULDADE DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS SOCIAIS

BRAGA

Os motivos que levam as pessoas a verem séries televisivas compulsivamente e a sua relação com a solidão

Dissertação de Mestrado apresentada à
Universidade Católica Portuguesa para
obtenção do grau de mestre em **Psicologia
Clínica e da Saúde**

Maria Beatriz Garcia Beleza Vaz

Sob a Orientação da Prof.^a Doutora **Ângela Maria
Teixeira Leite**

Resumo

A motivação para a utilização excessiva de conteúdos audiovisuais, como a visualização de séries televisivas ou filmes, não é um fenómeno novo. Todavia, este fenómeno ganhou recentemente mais relevância, nomeadamente, com o crescimento de plataformas de *streaming*. Assim, o tema deste estudo consiste em compreender os motivos que levam as pessoas a verem séries televisivas compulsivamente e a sua relação com a solidão, sendo que os objetivos específicos incluíram compreender as diferenças nas motivações para verem séries televisivas em função das variáveis sociodemográficas; averiguar as diferenças nas motivações para verem séries televisivas de acordo com o tipo e a natureza das séries e estabelecer uma relação entre os motivos que levam as pessoas a verem séries televisivas e a solidão. Foi realizado um estudo quantitativo, transversal, descritivo e correlacional. Utilizou-se um questionário sociodemográfico e um questionário relativo ao visionamento de séries (construídos para o efeito); uma adaptação portuguesa da escala Revised UCLA Loneliness Scale e o Watching TV Series Motives Questionnaire original. Os resultados obtidos mostraram que as principais motivações para o visionamento compulsivo das séries televisivas foram o Enriquecimento Cultural e o Aperfeiçoamento Emocional; as séries de ação são as que mais se destacaram no visionamento, contudo, a maioria da amostra selecionada preferiu a visualização de séries tranquilizadoras; as séries de drama foram as únicas que não apresentaram diferenças estatisticamente significativas quanto à diferenciação e à sua natureza (estimuladoras ou tranquilizadoras). Além disso, verificou-se uma relação positiva significativa entre o visionamento excessivo de séries televisivas e a solidão. Concluindo, aspetos culturais e emocionais estão na base da motivação para o visionamento compulsivo de séries, estando este comportamento associado a níveis elevados de solidão.

Palavras-chave: adição, Questionário relativo ao visionamento de séries, Revised UCLA Loneliness Scale, Questionário Sociodemográfico, Watching TV Series Motives Questionnaire.

Abstract

The motivation for the excessive use of audiovisual content, such as watching television series or movies, is not a new phenomenon. However, with the rise of streaming platforms, this phenomenon has recently become more relevant. Thus, the theme of this study is to understand the reasons that lead people to watch television series compulsively and their relationship with loneliness, the specific objectives included understanding the differences in motivations for watching television series concerning sociodemographic variables; to investigating the differences in motivations for watching television series according to the type and nature of the series and to establish a relationship between the reasons that lead people to watch television series and loneliness. A quantitative, cross-sectional, descriptive and correlational study was carried out. A sociodemographic questionnaire and a questionnaire related to the viewing of series (built for this purpose were used); the Portuguese adaptation of the Revised UCLA Loneliness Scale and the Watching TV Series Motives Questionnaire original. The results obtained showed that the main motivations for the compulsive viewing of television series were Cultural Enrichment and Emotional Improvement; the action series were the ones that stood out the most in the viewing, but, the majority of the selected sample preferred the visualization of reassuring series; drama series were the only ones that did not show statistically significant differences in differentiation and nature (stimulating or tranquillizers). Furthermore, there was a significant positive relationship between excessive viewing of television series and loneliness. In conclusion, cultural and emotional aspects are at the base of the motivation for compulsive viewing of series and this behaviour is associated with high levels of loneliness.

Keywords: addition, Questionnaire related to viewing series, Revised UCLA Loneliness Scale, Sociodemographic Questionnaire, Watching TV Series Motives Questionnaire.

Índice

Introdução	1
Capítulo I- Enquadramento teórico	2
<i>Binge-Watching</i>	2
Motivações para o <i>Binge-Watching</i>	4
Solidão	5
<i>Binge-Watching</i> e solidão	7
Capítulo II- Metodologia	9
Desenho do estudo	10
Procedimentos	11
Instrumentos.....	12
Questionário sociodemográfico	12
Questionário relativo ao visionamento de séries.....	12
Watching TV Series Motives Questionnaire (WTSMQ).....	13
Revised UCLA Loneliness Scale	13
Análise de dados	15
Amostra.....	16
Capítulo III- Apresentação dos resultados	16
Análise estatística descritiva	16
Modelos de ajustamento.....	23
Resposta às hipóteses	25
Capítulo IV- Discussão dos resultados	28
Conclusão.....	32
Referências Bibliográficas	33
ANEXOS	45

Índice de Tabelas

Tabela 1- <i>Watching TV Series Motives Questionnaire (WTSMQ):</i> Qualidades psicométricas dos itens e do total da escala	17
Tabela 2- <i>Watching TV Series Motives Questionnaire (WTSMQ):</i> Qualidades psicométricas das subescalas	19
Tabela 3- Escala Adaptada de Solidão da UCLA: Qualidades psicométricas dos itens e total	22
Tabela 4- <i>Correlações entre as variáveis</i>	27

Índice de Figuras

Figura 1- Modelo de ajustamento do <i>Watching TV Series Motives Questionnaire</i>	23
Figura 2- <i>Modelo de ajustamento da Escala Adaptada de Solidão da UCLA</i>	24

Índice de Anexos

Anexo A- Autorização dos autores	46
Anexo B- Consentimento Informado	48
Anexo C- Questionário Sociodemográfico.....	48
Anexo D- Questionário Relativo ao Visionamento de Séries.....	49
Anexo E- <i>Watching TV Series Motives Questionnaire</i>	50
Anexo F- Escala Adaptada de Solidão da UCLA	53

Abreviaturas e siglas

AMOS- Analysis of Moment Structures
DVD's- Digital Video Disc
EUA- Estados Unidos da América
HBO- Home Box Office
SPSS- *Statistical Package for the Social Sciences*
SPSS 27- *Statistical Package for the Social Sciences*
TV- Televisão
UCLA- *University of California, Los Angeles*
WTSMQ- *Watching TV Series Motives Questionnaire*

Introdução

No âmbito da dissertação do Mestrado em Psicologia Clínica e da Saúde, foi escolhido o tema “ Os motivos que levam as pessoas a verem séries televisivas compulsivamente e a sua relação com a solidão”. No capítulo I, será abordado o enquadramento teórico sobre a temática em questão. A motivação para a utilização desmesurada de conteúdos audiovisuais, nomeadamente, a visualização de séries de televisão ou filmes, não é um fenómeno recente (Jenner, 2016). Todavia, este fenómeno ganhou mais relevância nos últimos dois anos, especialmente com o crescimento de plataformas de *streaming*, designadamente, Netflix, Amazon, HBO, entre outras, pois os seus subscritores têm um acesso ilimitado a um número exponencial de séries a um preço relativamente acessível e que pode ser visualizado nos *tablets*, telemóveis, televisão e em qualquer local e momento do dia (Reelgood, 2019). Consequentemente, a utilização excessiva das plataformas de *streaming* causam no indivíduo sintomas de ansiedade, isolamento social ou solidão (Vaterlaus et al., 2019). A motivação pessoal para assistir, como uma “maratona”, a séries televisivas pode provocar dependência (Merikivi et al., 2019), pois os indivíduos percebem que a utilização intensiva pode reduzir o stress ou podem sentir-se socialmente conectados com outros colegas, não tendo, no entanto, capacidade crítica para entender as consequências negativas. Esta visualização excessiva de séries e filmes poderá ser entendida como uma forma de escape social de modo a preencher a solidão e também uma forma de estimulação pessoal. O hábito de ver séries é indubitavelmente uma forma fácil e inspiradora de aprender coisas sobre a vida, contudo, se não houver autocontrole pode contribuir para criar sintomas de dependência (Merikivi et al., 2019).

No capítulo II será apresentada a metodologia que inclui o desenho do estudo, os procedimentos levados a cabo, os instrumentos utilizados, a análise dos dados e a amostra selecionada para o referido estudo. No capítulo III será exposta a apresentação dos resultados. Por fim, no capítulo IV, será relatada a discussão dos resultados e a conclusão.

Capítulo I- Enquadramento teórico

Binge-Watching

O hábito de assistir a vários episódios sequencialmente de uma série ou de uma saga de um filme designa-se de “maratona” ou *binge-watching* (Vaterlaus et al., 2019). Este fenómeno caracteriza-se por um comportamento repetido, ou seja, pressupõe um consumo do material audiovisual ininterrupto de acordo com a oferta de conteúdo já disponibilizado (Schweidel et al., 2016). As ofertas digitais e o surgimento dos *downloads* e dos serviços de *streaming* levaram a um recrudescimento do comportamento de “maratona de séries” que, apesar de não se tratar de uma prática exclusiva desta área, está intimamente ligada às séries, uma vez que o seu conteúdo já está totalmente disponível; no caso da visualização de um filme, este fenómeno não é tão frequente, pois trata-se de uma obra fechada (Pittman & Sheehan, 2015). A flexibilidade das pessoas poderem assistir às séries televisivas em qualquer lugar, por exemplo, enquanto se deslocam para o trabalho, utilizando diversos dispositivos eletrónicos, como telemóveis, *laptops* ou *tablets*, tornou este hábito de ver séries de forma compulsiva ainda mais acessível (Vaterlaus et al., 2019). O fenómeno *binge-watching* sofreu um forte impulso com o aparecimento da plataforma de *streaming* Netflix, pois começou por disponibilizar temporadas completas de uma só vez. Mikos (2016) quantifica este hábito quando se dá a visualização de dois ou mais episódios de uma série numa única sessão.

A prática de assistir compulsivamente a séries televisivas não é uma atividade recente e nem está associada exclusivamente à utilização da internet. De facto, já na década de 70, as cassetes de vídeo e de *Digital Versatile Disc* (DVD)s ganharam popularidade e importância, o que permitiu ao espectador assistir de uma forma sistemática a filmes e séries (Shim & Kim, 2018). Também a televisão tradicional sempre disponibilizou maratonas de vários programas televisivos, designadamente, *reality shows*, séries ou sagas de filmes, o que permitia e continua a permitir ao utilizador gravar programas, para que possa assistir mais tarde mediante a sua disponibilidade (Walton-Pattison et al., 2016). O fenómeno *binge-watching* não é exclusivo apenas da população jovem, também os europeus de meia-idade e idosos praticam este modo de consumo excessivo. Dados alusivos a 2018 referem que 63% dos espectadores dos Estados Unidos da América (EUA) e 51% dos espectadores europeus vêm com frequência televisão compulsivamente (Rubenking et al., 2018). De acordo com uma pesquisa nos EUA, cerca de 70% dos espectadores de televisão assistem excessivamente

a séries televisivas, o que corresponde em média a cinco episódios por dia (Rubenking et al., 2018).

Além disso, as preferências de visualização de programas televisivos é diferente entre homens e mulheres. De uma forma geral, os homens têm tendência a optar por séries de fantasia ou de ficção científica, ao passo que as mulheres optam por assistir a comédias e dramas (Ahmed, 2017). Exelmans e Van den Bulck (2017) reportam que as mulheres são mais propensas a assistir a televisão por cabo do que os homens; por outro lado, os homens são mais inclinados a visualizar conteúdos *online*. Estudos acerca da Netflix mostram que 49% dos utilizadores são homens e 51% são mulheres (Starosta et al., 2019).

A prática de assistir compulsivamente a séries televisivas tem adquirido recentemente um crescente interesse de pesquisa, devido ao seu cariz nocivo e à possibilidade de potenciar características aditivas, pois, com base na noção de adição associada aos comportamentos, os problemas de saúde mental relacionados com o *binge-watching* acarretam uma grande preocupação (Hartman et al., 2019). De facto, indivíduos que passam uma quantidade excessiva de tempo a assistir a séries televisivas tendem a isolar-se socialmente o que limita o desenvolvimento das suas redes sociais e habilidades funcionais, podendo vir a aumentar os problemas mentais e físicos, tais como outras formas de consumo excessivo, designadamente, videojogos, utilização do telemóvel ou internet (Hartmann et al., 2019).

Riddle e colegas (2018) sugerem que os indivíduos tendem a assistir a séries televisivas de forma compulsiva sozinhos e que mais de 70% desses indivíduos perdem o controle em termos da quantidade de episódios a que realmente assistem numa só sessão. Também é importante ressaltar que a maioria das pessoas assiste compulsivamente de forma solitária, o que pode ser condicionado por traços de personalidade específicos; consequentemente, a compulsão excessiva ou problemática pode também levar a um maior isolamento e a um sentimento de solidão (Merill & Rubenking, 2019). Outro estudo mostra também que as pessoas têm mais motivação para assistirem excessivamente a uma série de televisão se esta for recomendada por outras pessoas (Granow et al., 2018).

Os indivíduos que habitualmente vêm séries televisivas compulsivamente tendem a adotar comportamentos de troca de ideias e opiniões com outros sobre a narrativa da série que estão a acompanhar (Jenner, 2015). Assim, este fenómeno não se reduz apenas ao consumo de episódios seguidos por várias horas, mas inclui também o tempo que o utilizador

dedica a procurar informação nos grupos de discussão *online*, nas conversas entre amigos e nas redes sociais onde partilham referências sobre séries e filmes (Erickson et al., 2019).

Motivações para o *Binge-Watching*

Uma das motivações que leva as pessoas a verem televisão é a necessidade de assistir à visualização de conteúdos na companhia de outras pessoas; é o que acontece com as modalidades desportivas, em que as pessoas gostam de partilhar o visionamento com outras pessoas, como familiares, amigos ou adeptos, sendo exemplo disso o futebol (Hwang & Lim, 2015). Com o surgimento da internet, torna-se mais comum que as pessoas assistam a programas televisivos sozinhas, sem a presença física de outras pessoas (Lin et al., 2016). Cada vez mais assistem a séries televisivas ou outros programas de entretenimento *online*, mas de uma forma isolada (Krämer et al., 2015).

As principais motivações que levam as pessoas a assistirem à televisão são individuais, apesar de também serem influenciadas por fatores sociais, funcionando como uma forma de relaxamento, isto é, passar o tempo e divertir-se, muitas vezes como parte de uma rotina, escapar de situações complicadas da vida, aprender sobre determinados assuntos e manter contacto com o que está acontecer no país e no mundo (Lüders & Sundet, 2021). Ver televisão é principalmente impulsionado por estímulos e é controlado e ritmado pelo fluxo contínuo de imagens e sons em movimento, atrai a atenção automática e sem esforço dos espectadores, especialmente se incluírem movimento e mudanças repentinas, pois assemelha-se em grande parte a situações da vida real (Fancourt & Steptoe, 2019).

Segundo Steiner e Xu (2020), as principais motivações dos espectadores para verem séries televisivas são o *catching up*, ou seja, o tempo de controle do entretenimento, o relaxamento, a sensação de conclusão; isto é semelhante à sensação de finalizar a leitura de um livro, à inclusão cultural e à experiência de visualização otimizada. Durante o *binge-watching*, os espectadores sentem-se cognitivamente e emocionalmente ativos, envolvidos e imersos no mundo da história (Tukachinsky & Eyal, 2018).

Alguns indivíduos assistem a séries televisivas como forma de escapar à realidade e de aliviar os sentimentos de solidão, pois ficam de tal maneira absorvidos num mundo das personagens fictícias e que se esquecem que estão sós até o filme ou a série finalizar; a pessoa que enfrenta este sentimento fica num dilema: se deve enfrentar a realidade ou assistir

a mais um programa televisivo (Merceron & Atkin, 2020). Paradoxalmente, a televisão para muitas pessoas é uma companhia que preenche o vazio de uma casa, tendo como “pano de fundo” imagens, vozes e até personagens familiares que podem servir como uma espécie de comunidade fictícia que faz com que a casa pareça menos vazia, esquecendo-se as pessoas temporariamente que estão sós, desligando-se desta forma do mundo exterior e adquirindo o papel das personagens que estão a visualizar (Muneer & Munir, 2020).

A motivação para assistir a programas televisivos acarreta algumas desvantagens para os telespectadores, o que está plasmado em alguns estudos, reforçando que poderá ser prejudicial para o bem-estar geral de uma pessoa, pois tende a ser viciante, podem ocorrer situações de isolamento social, quadros depressivos, problemas de obesidade e ainda desencadear letargia e solidão (Ahmed et al., 2020). Efetivamente, a solidão pode ser um dos motivos que leva o indivíduo a assistir diariamente a programas televisivos. Douglas et al. (2021) destacaram que a solidão está positivamente relacionada com assistir excessivamente à televisão porque os espectadores tendem a assistir a mais episódios para lidar com este sentimento.

Solidão

A literatura refere a solidão como um dos conceitos mais importantes da psicologia; trata-se de um fenómeno multidimensional com repercussões importantes na saúde mental, sendo que os indivíduos relatam que a solidão causa stress, dor, tristeza, tem efeitos negativos na saúde em geral, na emoção, cognição e comportamento ao longo da vida (Douglas et al., 2021). Além disso, a solidão é um conceito importante para a investigação epidemiológica e social, pois relaciona-se diretamente com a saúde e o bem-estar das pessoas (Holt-Lunstad et al., 2015). A solidão compromete o funcionamento executivo, o sono, a saúde mental, física a longo prazo, é uma resposta emocional negativa inerente, subjetiva, resultante de sentimentos externos negativos desencadeados pelo ambiente e outros fatores, como traços de personalidade e falta de conexão social (Cacioppo & Cacioppo, 2014).

A solidão é definida como uma condição duradoura de sofrimento emocional que surge quando uma pessoa se sente só, incompreendida ou rejeitada por outros e não tem parceiros sociais adequados para as atividades desejadas, especialmente atividades que proporcionam uma sensação de integração social e oportunidades para a intimidade

emocional (Schoenmakers et al., 2015). Bhagchandani (2017) descreveu também a solidão como um estado de espírito, geralmente apresentado por pessoas solitárias na procura de relacionamentos e contactos com outras pessoas; o seu estado de espírito é de tal forma negativo que se torna muito difícil conectarem-se com outras pessoas.

A solidão é definida também por fatores intrínsecos, tais como a personalidade e por fatores extrínsecos, como a rede social de apoio; a pessoa que se sente sozinha reconhece as relações sociais como insuficientes ou de baixa qualidade, tendo em consideração as suas preferências de envolvimento social (Ang, 2016). Contudo, é necessário considerar que existem indivíduos que preferem passar mais tempo sozinhos e ter uma rede social mais reduzida, designando-se de isolamento ativo, sem no entanto implicar propriamente que se sintam sozinhos (Ang, 2016). Pessoas mais introvertidas têm tendência para baixos níveis de envolvimento social, porém, a solidão pressupõe uma discrepância entre as preferências pessoais de envolvimento social e a rede social que o indivíduo possui, considerando-se este tipo de isolamento passivo (Ang, 2016).

A solidão está relacionada com diferentes variáveis, tais como a idade, a rede de suporte social, o estado civil, o género, bem como com traços de personalidade (Richardson et al., 2017). A solidão também se relaciona com dificuldades psicológicas e sofrimento, o que inclui a ausência de relacionamentos sociais e a perda de relações íntimas (Saygin et al., 2015). No que concerne à solidão e diferenciação de género, estudos mostram que as mulheres experienciam mais sentimentos de solidão do que os homens (Dong & Chen, 2017). A solidão não é exclusiva de uma determinada faixa etária, é um fenómeno transversal vivenciado por crianças, adolescentes, adultos, idosos e a sua prevalência tem aumentado nos últimos anos (Kearns & Creaven, 2017). Contudo, nos EUA, a solidão entre os idosos é um problema grave de saúde sendo que cerca de 15% dos adultos mais velhos experimentam solidão frequente e que a qualidade das relações interpessoais é um preditor da solidão (Lim & Kim, 2017). A solidão dos idosos pode contribuir para problemas de saúde física ao longo do tempo, visto que este sentimento está associado a uma menor atividade física e aumento de visionamento da televisão, sendo que este visionamento pode desencadear problemas de saúde mental (Bernhold & Metzger, 2018). Além disso, a prevalência da solidão varia de acordo com religiões, sociedades e culturas (Alaviani et al., 2017). A solidão está ainda relacionada com aspetos sociais, no sentido de que quando as

pessoas estão insatisfeitas com a sua rede de suporte social, têm maior probabilidade de sentir solidão (Domènech-Abella et al., 2017).

Bhagchandani (2017) relata outros tipos de solidão, designadamente a solidão cultural que ocorre quando a pessoa está integrada numa cultura diferente da sua cultura original, sentindo que não pertence ou não se enquadra nessa cultura; a solidão intelectual que acontece quando o indivíduo não se sente intelectualmente compatível com a sua rede social; a solidão psicológica que acontece quando o indivíduo vivencia um evento traumático que o separa de seu grupo social; e, por fim, a solidão existencial ou cósmica, que tende a ocorrer em pessoas que enfrentam a morte.

A solidão é um sentimento com que a maioria das pessoas já se deparou ao longo da vida, no entanto, este sentimento negativo pode ser útil, dado que motiva a renovação das interações sociais (Holt-Lunstad et al., 2015). Desde a existência da espécie humana prosperámos pelo facto de vivermos em sociedade, sendo o isolamento um fator de risco para não sobrevivermos aos elementos adversos do meio envolvente; os sentimentos de repulsa da solidão foram úteis para renovar as ligações essenciais para promover a sobrevivência, a coesão e as atividades coletivas (Holt-Lunstad et al., 2015). Deste modo, a solidão pode ser entendida como um constructo biológico idêntico aos estímulos desagradáveis como a sede ou a dor física, que são fulcrais para a recuperação do equilíbrio homeostático e, no caso particular da solidão, a homeostasia social (Cacioppo & Cacioppo, 2014).

Binge-Watching e solidão

A adição à televisão acarreta consequências sociais, pois influencia a manutenção de relacionamentos, prejudica as funções no trabalho e em casa, reduz o tempo passado com colegas e amigos e menos tempo para participar nas atividades comunitárias e de voluntariado (Walton-Pattison et al., 2016). Os telespectadores relatam sentirem-se culpados e insatisfeitos por não terem passado esse tempo de visualização em atividades produtivas, trabalho ou outras atividades recreativas (Walton-Pattison et al., 2016). Os jovens, em particular, experimentam sentimentos de solidão, stress, ansiedade e vazio após uma sessão de observação compulsiva, o que é atribuído à perturbação associada à adição (Panda & Pandey, 2017).

Os jovens que ingressam na universidade têm o desafio de se adaptarem a um ambiente desconhecido e de enfrentarem várias adversidades, incluindo dificuldades interpessoais e solidão, sendo a televisão uma forma de satisfazer as necessidades de

interação social (Conlin et al., 2016). Estes jovens universitários adquirem um sentimento de pertença, substituindo a companhia da vida real pela televisão e utilizam este meio como forma de se identificarem com os intervenientes, ou seja, as personagens e os atores, desenvolvendo um sentimento de amizades imaginadas com as personagens, sentindo uma conexão especial com eles, sendo este fenómeno designado por relações parassociais (Conlin et al., 2016). A televisão apresenta personagens de que se gosta mais ou menos e as pessoas podem formar relacionamentos, conhecidos como relacionamentos parassociais com os dois tipos de personagens.

Jennings e Alper (2016) investigaram como as crianças, os jovens adultos e os adultos em geral estabelecem relações parassociais negativas com personagens desagradáveis. Contudo, é necessário prestar mais atenção aos adultos mais velhos, uma vez que adultos com 65 anos ou mais assistem em média a mais de quatro horas de televisão por dia, em comparação com duas horas por dia nos adolescentes e adultos dos 15 aos 44 anos (Hunsaker & Hargittai, 2018). O fenómeno das relações parassociais assemelha-se a uma espécie de “barriga de aluguer social” pois os jovens ao visualizarem programas televisivos preferidos adquirem um sentimento de pertença, sendo a solidão um preditor significativo do desenvolvimento de relações parassociais; quando se sentem sós, recorrem aos seus programas favoritos e relatam uma redução desse sentimento (Panda & Pandey, 2017). Além disso, um maior envolvimento parassocial com personagens favoritas poderá estar relacionado pelo aumento das horas de visualização, criando uma relação compulsiva que os impulsiona a assistirem aos programas de televisão, no sentido de manterem o relacionamento e passarem mais tempo com as referidas personagens (Rafiee et al., 2016).

Como Bond e Calvert (2014) argumentaram sobre as relações parassociais como estando relacionadas com as diferenças individuais e as relações interpessoais, sugerindo problemas de saúde mental. Nesta sequência, Seo et al. (2019), obtiveram uma melhor compreensão das condições sob as quais os relacionamentos parassociais propõem trazer maior companhia aos telespectadores em comparação com situações em que os relacionamentos parassociais podem, em contrapartida, exacerbar a solidão e outros problemas de saúde mental; reforçaram também a importância relativamente às características psicológicas, sociais e individuais que qualificam as experiências dos adultos mais velhos e a sua relação com os meios de comunicação social (Seo et al., 2019). Acrescenta-se ainda que relacionamentos parassociais com personagens antipáticas podem provocar ódio, repulsa e outras emoções adversas; os espectadores tentam distanciar-se

psicologicamente das personagens que não apreciam, o que se assemelha às tendências das pessoas de se separarem de parceiros de quem não gostam na vida real (Rosaen & Dibble, 2017). No entanto, embora as pessoas tentem afastar-se das relações parassociais negativas, o distanciamento completo nem sempre é possível. É importante ter em consideração se as personagens de televisão de quem não gostam realmente existem ou não na vida real (Rosaen & Dibble, 2017).

Assistir à televisão por períodos prolongados de tempo também tem impacto na cognição, emoção e saúde mental; os efeitos cognitivos incluem défices de concentração e atenção; desde que começaram a visualizar intensivamente televisão, os telespectadores relatam níveis mais baixos de alerta e dificuldades de concentração em comparação com o período que não visualizavam televisão dessa forma (Zhao et al., 2018). Por outro lado, um estudo prospetivo com adultos identificou que tinham baixo nível no funcionamento cognitivo, designadamente, ao nível executivo e a velocidade de processamento é mais lenta, o que está associado a altos níveis de consumo de televisão durante o início da idade adulta (Hoang et al., 2016). Os espectadores compulsivos experimentam também consequências emocionais, relatam que o seu humor é o mesmo ou pior depois de assistir à televisão por um período prolongado de tempo e que a experiência de assistir intensivamente é menos agradável, demonstrando ainda sentimentos de vazio após o término de um programa ou uma temporada de uma série (Mikos, 2016). Experiências semelhantes foram relatadas por telespectadores que passaram por rompimentos parassociais com personagens com os quais tiveram uma relação parassocial, quando, por exemplo, a personagem foi retirada do programa ou o programa terminou, resultando na manifestação de sentimento de solidão e menor satisfação com a vida (Chang, 2018).

A questão de investigação deste estudo é a de indagar se existe uma relação positiva e significativa entre as motivações para o *binge watching* e a solidão numa amostra de conveniência da população portuguesa.

Capítulo II- Metodologia

A metodologia é considerada uma das partes mais relevantes da investigação, dado que existem várias alternativas relativamente aos métodos e técnicas de investigação; o

investigador deverá adaptar a escolha da metodologia em função da sua investigação; é assim crucial que encontre e utilize a abordagem metodológica que lhe permita, num mínimo de tempo, obter um resultado que melhor contribua para a compreensão do objeto do seu estudo e para cumprir com os objetivos a que se propôs (Gunther, 2006).

Após o enquadramento teórico, bem como o desenvolvimento dos conceitos que se encontram subjacentes ao tema desta investigação, os objetivos deste estudo são:

- 1) Determinar os motivos que levam as pessoas a verem séries televisivas;
- 2) Compreender as diferenças nas motivações para verem séries televisivas em função das variáveis sociodemográficas;
- 3) Averiguar as diferenças nas motivações para verem séries televisivas de acordo com o tipo e a natureza das séries;
- 4) Estabelecer uma relação entre os motivos que levam as pessoas a verem séries televisivas e a solidão.

Este estudo tem como hipóteses:

Hipótese 1 (H1)- Espera-se que os motivos mais destacados para justificar o visionamento compulsivo das séries televisivas sejam o Enriquecimento e o Aperfeiçoamento Emocional;

Hipótese 2 (H2) - Espera-se que as mulheres que vêem séries televisivas assistam essencialmente a romances e comédias e os homens que vêem séries televisivas assistam sobretudo a séries de ação e de fantasia ou de ficção científica;

Hipótese 3 (H3) - Espera-se que as pessoas que preferem séries estimuladoras, nomeadamente, de ação, vejam mais estas séries do que aquelas que preferem outros tipos e outra natureza de séries;

Hipótese 4 (H4) – Espera-se que a motivação que leva as pessoas a verem séries televisivas esteja correlacionada positivamente com a solidão.

No que diz respeito à Hipótese 1 (H1), esta será testada através da estatística descritiva. Para testar as Hipóteses 2 e 3 (H2) e (H3), utilizar-se-á o teste Qui-Quadrado (χ^2). Quanto à Hipótese 4 (H4), será levado a cabo uma correlação de Pearson.

Desenho do estudo

Relativamente ao desenho do estudo, trata-se de um estudo quantitativo, transversal, descritivo e correlacional. O estudo quantitativo tem por objetivo estabelecer factos e

determinar relações, sendo a revisão da literatura feita de forma sistemática de modo a poder situar a investigação em curso, tendo em atenção as que já foram realizadas (Norwood, 2000). O estudo transversal tem por objetivo medir a frequência de um acontecimento ou de um problema e dos seus fatores de risco numa determinada população e num único momento; consiste ainda em examinar simultaneamente um ou vários cortes da população ou vários grupos de pessoas, num determinado tempo, em relação com o fenómeno presente no momento da investigação (Harkness, 1995). O estudo descritivo destina-se a fornecer uma descrição e uma classificação detalhada de um determinado fenómeno, ou seja, o investigador estuda uma situação, tal como ela se apresenta no meio natural, com objetivo de destacar as características de uma população, de compreender fenómenos ainda mal elucidados ou conceitos que foram pouco estudados (Bradshaw et al., 2017). O estudo correlacional tem por objetivo identificar relações entre variáveis e determinar essas relações por meio da verificação de hipóteses e, eventualmente, precisar a força e direção das variáveis; pressupõe, assim, que o fenómeno já foi observado e descrito (Pelletier et al., 2000).

Neste estudo estão presentes variáveis dependentes e independentes; a variável dependente inclui os motivos que levam as pessoas a verem compulsivamente séries televisivas. Quanto às variáveis independentes, elas abrangem as variáveis sociodemográficas (género, idade, estatuto profissional, estado civil), as variáveis relacionadas com o tipo e a natureza das séries visionadas (que tipo e natureza de séries mais vê) e, por fim, a variável psicológica solidão.

Procedimentos

Todos os procedimentos levados a cabo ao longo desta investigação seguiram as recomendações da Declaração de Helsínquia, que se reportam a uma série de regras éticas a pôr em prática (Massano & Almeida, 2020). Os elementos principais desta Declaração são constituídos pelo conjunto dos princípios de base relativos aos métodos científicos, à publicação dos resultados e à diferenciação entre investigação terapêutica (biomédica, clínica que tem por finalidade melhorar a saúde dos participantes) e a investigação não terapêutica (que tem como objetivo final o avanço do conhecimento) (Massano & Almeida, 2020).

Esta investigação foi submetida e aprovada pelo Conselho Científico da Faculdade de Filosofia e Ciências Sociais da Universidade Católica Portuguesa – Braga. Foi solicitada a

autorização aos autores dos instrumentos utilizados neste estudo através do correio eletrónico (anexo A).

A modalidade utilizada para a recolha de dados foi realizada de forma *online* através da plataforma Google Forms. Este estudo teve como base o método de amostragem não probabilística, designadamente a amostragem por redes, chamada também amostragem “em bola de neve”; trata-se de um método no qual os indivíduos recrutados inicialmente sugerem ao investigador outros indivíduos que lhe parecem adequados para participar no estudo. Apoia-se assim nas redes sociais, nas amizades e no facto de os amigos partilharem certas características comuns (Peters et al., 2020). Logo que o investigador tenha encontrado sujeitos que vão de encontro aos critérios de inclusão, ele pede-lhes que indiquem outras pessoas que possuam as mesmas características pelas quais foram escolhidas (Peters et al., 2020). Os critérios de inclusão neste estudo são: ter nacionalidade portuguesa e ter idade igual ou superior a 18 anos.

No início do protocolo, os participantes foram informados acerca dos objetivos do estudo, assim como acerca da garantia do anonimato e confidencialidade dos dados recolhidos e preencheram para o efeito, o consentimento informado (anexo B). A data da recolha dos dados ocorreu entre Setembro de 2021 e Dezembro de 2021. Posteriormente, os dados recolhidos foram introduzidos no programa estatístico *Statistical Package for the Social Sciences - SPSS 27*.

Instrumentos

Questionário sociodemográfico

No que diz respeito ao questionário sociodemográfico, este é composto por quatro questões fechadas (anexo C): género (0 – masculino, 1 – feminino), idade (18-28 (0) ;29-39 (1) ;40-50 (2) ;50-60 (3) e >60 (4)), estatuto profissional (estudante-0, trabalhador ativo-1, desempregado-2, reformado-3) e estado civil (solteiro, sem relação de namoro-0; solteiro, mas numa relação de namoro-1; casado ou em união de facto-2; divorciado/separado-3; viúvo-4).

Questionário relativo ao visionamento de séries

No que concerne ao questionário relativo ao visionamento de séries (anexo D), as questões são as seguintes: que **tipo** de séries mais vê? (ação-Sim-1/Não-0; drama-Sim-1/Não-0; terror-Sim-1/Não-0; comédia-Sim-1/Não-0; ficção científica e fantasia-Sim-1/Não-0; romance- Sim-1/Não-0 e séries documentais-Sim-1/Não-0); uma questão relativa à

natureza das séries: Prefere séries: tranquilizadoras (calmas; relaxantes)-Sim-1/Não-0 ou estimuladoras (violência; ação)-Sim-1/Não-0.

Watching TV Series Motives Questionnaire (WTSMQ)

Esta escala, designada “Watching TV Series Motives Questionnaire (WTSMQ)” foi desenvolvida por Flayelle et al. (2019) (anexo E). Através de uma análise fatorial exploratória, a WTSMQ, na sua versão inicial, era constituída por 25 itens e os resultados sugeriram uma solução de cinco fatores. No entanto, após a análise de cada item, três deles foram excluídos por terem uma carga fatorial baixa (menos de 0.30). Assim, a versão final da escala WTSMQ é composta por 22 itens e quatro fatores que explicam 45% da variância total. É uma escala tipo *likert* com quatro modalidades de resposta (De modo nenhum-1; Muito pouco-2; Um pouco-3; Em grande medida-4). Subdivide-se em quatro subescalas: *Coping/Escape* que abrange os itens: 4,6,9,11,16,17,20,22; Enriquecimento: 3,7,12,14,19; Aperfeiçoamento Emocional: 2,5,8,15,18 e Social: 1,10,13,21. Para a subescala *Coping/Escape*, o valor de alfa Cronbach corresponde a 0.79; para o Enriquecimento o valor de alfa Cronbach é de 0,70; relativamente ao Aperfeiçoamento Emocional o alfa Cronbach é de 0.64 e para a subescala Social o valor de alfa Cronbach é de 0.67. O valor de alfa Cronbach para a escala total WTSMQ está dentro do limite recomendado, ou seja, 0.97. As pontuações mais altas na escala significam níveis motivacionais mais elevados para assistir a séries na TV.

Revised UCLA Loneliness Scale

A escala Revised UCLA Loneliness Scale, desenvolvida por Russell, Peplau e Cutrona (1980), foi concebida para avaliar a solidão em estudantes da *University of California, Los Angeles* (UCLA), com o objetivo de discriminar a solidão e outros constructos relacionados. Inicialmente, esta escala foi constituída por 75 itens; posteriormente, foi revista e os investigadores retiraram afirmações muito extremas. A partir desta escala, foram assim selecionados 25 itens que foram testados com 239 alunos da UCLA, os quais indicaram até que ponto se sentiam sós, numa escala tipo *likert* de cinco pontos. Descreveram também o seu estado afetivo corrente através da avaliação da intensidade de sentimentos, tais como, aborrecido, deprimido e ansioso. Por fim, foram selecionados 20 itens, com o objetivo de medir a solidão e o isolamento social, escolhidos com base nas correlações item-score total. A escala utiliza a teoria da discrepância cognitiva da solidão, ou seja, a solidão ocorre quando há uma lacuna entre a quantidade e a qualidade

das conexões que nós temos e queremos (Russel et al., 1980). Todos os itens selecionados obtiveram correlações superiores a 0.50. Assim, a escala, construída desta forma, mostrou possuir uma elevada consistência interna, com um coeficiente alfa de Cronbach de 0.96 (Russel et al., 1980)

A adaptação para a população portuguesa da Escala de Solidão da UCLA foi levada a cabo por Félix Neto (1989) (anexo F). É uma escala relativamente curta e de simples aplicação que encara a solidão como um estado psicológico, isto é, indivíduos diferentes podem experienciar sentimentos de solidão, ao longo de diferentes percursos de tempo, em diversas circunstâncias da sua vida (Neto, 1989). Esta escala foi utilizada em estudantes da Universidade do Porto e tem como finalidade avaliar o nível de solidão indiretamente e os sentimentos associados à mesma, bem como contribuir para o aprofundamento desta temática na Psicologia. Esta escala inclui inicialmente 20 itens: 10 itens escritos de modo positivo e 10 itens de modo negativo. Os 20 itens são avaliados numa escala do tipo *likert*, com quatro opções de resposta, que variam desde “Nunca”-1, “Raramente”-2, “Algumas Vezes”-3, “Muitas Vezes”-4. A ordem de apresentação dos itens da versão portuguesa foi a mesma utilizada na versão americana. Os itens 4 e 12 da versão de Russell, Peplau e Cutrona (1980) não fazem parte da versão portuguesa, dado que o item 4 da versão original americana reflete satisfação, “Eu não me sinto sozinho”. Para se assegurar um equilíbrio dos itens invertidos da versão portuguesa que contrabalancem respostas enviesadas, eliminou-se também o item que reflete insatisfação relativamente às relações sociais com a correlação mais baixa com o score total, trata-se do item 12 da versão original americana, “Os meus contactos sociais são superficiais”. Desta forma, a versão portuguesa é constituída por 18 itens, apresentando uma boa consistência interna e uma boa validade, confirmada mediante as correlações entre a solidão e os diversos estados emocionais relacionados com a solidão que os participantes avaliaram. A pontuação total é obtida através do somatório dos 18 itens, para tal, a soma dos itens negativos é realizada de acordo com a escala, enquanto que a soma dos itens positivos, ou seja, os itens 1,4,5,8,9,13,14,17 e 18, é conseguida mediante a inversão da escala. Assim, uma pontuação mais elevada traduz mais solidão, ao passo que uma pontuação mais baixa traduz maior satisfação social (ausência de solidão). Nesta escala, a solidão é vista enquanto estado psicológico e apreendida de modo unidimensional. O coeficiente de alfa de Cronbach desta escala é de 0.87, o que corresponde a um bom valor.

Análise de dados

Uma vez recolhidos os dados, é necessário proceder à organização tendo em vista a sua análise; recorre-se para o efeito a técnicas estatísticas para descrever a amostra, assim como as diferentes variáveis. Neste estudo, será utilizada a análise estatística descritiva e a inferencial. A análise estatística descritiva serve para resumir os dados por meio de medidas de tendência central e de dispersão (Amyotte, 1996). Relativamente à estatística descritiva, será descrita a amostra através de frequências e percentagens, bem como média, desvios padrão, mínimos e máximos. Neste estudo serão utilizadas as seguintes variáveis: variáveis sociodemográficas (género, idade, estatuto profissional, estado civil); variáveis relacionadas com o tipo e a natureza das séries visionadas (que tipo e natureza de séries mais vê); a variável psicológica solidão; os motivos que levam as pessoas a verem compulsivamente séries televisivas. Serão utilizados testes paramétricos pois as variáveis são normalmente distribuídas, sendo as mesmas avaliadas através dos valores da curtose (< 11) e de assimetria (< 3) (Marôco, 2014).

As estatísticas inferenciais têm como objetivo determinar o valor dos parâmetros de uma população e verificar as hipóteses. Serão tiradas conclusões acerca das relações entre as variáveis começando pelas correlações, utilizando uma correlação de Pearson para as variáveis contínuas e de Spearman para as não contínuas (nominais ou ordinais). As intensidades das correlações serão analisadas tendo em conta os critérios de Bryman e Cramer (2003), em que < 0.20 é muito baixa, 0.20 a 0.40 é baixa, 0.40 a 0.70 é moderada, 0.70 a 0.90 é alta e > 0.90 muito alta.

Foi realizada uma análise fatorial confirmatória sendo esta um estimador de máxima verossimilhança, na qual deverão ser considerados os índices seguintes: *Chi-square* (χ^2), que deve assumir valores de p não significativos ($p < 0.05$) de forma a indicar um bom ajustamento do modelo; *Standardized Root-Mean-Square Residual* (SRMR), com valores abaixo de 0.08 a indicar um bom ajustamento (Hu & Bentler, 1999); *Comparative Fit Index* (CFI), com valores superiores a 0.95 (Hu & Bentler, 1999) e o *Root Mean Square Error of Approximation* (RMSEA), com valores abaixo de 0.06 , a indicarem um bom ajustamento do modelo (Hu & Bentler, 1999). Serão utilizados os testes Qui-Quadrado e r de Pearson.

Posteriormente, serão calculados os totais das escalas e das subescalas e serão apresentadas as médias, desvios padrão, mínimos, máximos e o valor de alfa Cronbach para todas as escalas e para as subescalas, tendo como referência os índices propostos por Pestana e Gageiro (2008): alfa inferior a 0.60 indica uma consistência interna inaceitável, entre 0.60 e 0.70 uma consistência interna fraca; entre 0.70 e 0.80 uma consistência interna razoável;

entre 0.80 e 0.90 uma consistência interna boa; e, finalmente, superior a 0.90 é indicador de uma consistência interna muito boa.

Para o tratamento e a realização das análises estatísticas utilizar-se-á o programa informático *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS), versão 27.0. A significância em que o $p < 0.050$ será considerada (Marôco, 2011).

Amostra

As variáveis que caracterizam a amostra foram analisadas quanto à sua distribuição, tendo sido esta avaliada pelos valores de curtose e assimetria, que se encontram dentro dos valores de referência, assegurando assim uma distribuição normal. A amostra total é composta por 633 indivíduos, com uma idade média de 40 anos ($DP = 15.15$), com idades compreendidas entre os 18 e os 80 anos. É constituída por 335 participantes do género feminino (52.9%) e 298 do género masculino (47.1%). No que diz respeito ao estado civil, 270 (42.7%) são casados ou estão em união de facto; 172 (27.2%) são solteiros, sem relação de namoro; 109 (17.2%) são solteiros, mas estão numa relação de namoro; 65 (10,3%) são divorciados/ separados e, por último, 17 (2.7%) são viúvos. Em relação ao estatuto profissional, 400 (63.2%) são trabalhadores ativos; 140 (22.1%) são estudantes; 47 (7.4%) são reformados e 46 (7.3%) encontram-se desempregados. Relativamente ao questionário sobre o visionamento de séries, 456 (72.0%) vêm séries de ação; 399 (63.0%) vêm séries de drama; 166 (73.8%) terror; 383 (60.5%) comédia; 380 (60.0%) ficção científica e fantasia; 338 (53.4%) romance e 407 (64.3%) séries documentais; quanto à natureza das séries, 326 (51.5%) preferem séries tranquilizadoras e 307 (48.5%) preferem séries estimuladoras.

Capítulo III- Apresentação dos resultados

Análise estatística descritiva

Nas Tabelas 1 e 2, é apresentada a análise descritiva dos itens, subescalas e do total do “*Watching TV Series Motives Questionnaire*”. Os valores de assimetria e curtose asseguram a normal distribuição dos itens e das subescalas. O item cinco da subescala “*Aperfeiçoamento Emocional*” (“*Vejo séries televisivas porque sei que me vou divertir se me deixar levar pela história*”) apresenta a média mais elevada e o item um da subescala “*Social*” (“*Vejo séries*

televisivas para não perder o contacto, porque a maioria dos meus amigos o faz”), a média mais baixa. Nenhum item se correlaciona com o total do questionário abaixo do valor recomendado de 0.30. As correlações entre os 22 itens variam entre $r = 0.264$ ($p < 0.010$) e $r = 0.857$ ($p > 0.001$).

Tabela 1

Watching TV Series Motives Questionnaire (WTSMQ): Qualidades psicométricas dos itens e do total da escala

		<i>M</i> (1-4)	<i>DP</i>	<i>As</i> (<i>DP</i> =0.097)	<i>Cr</i> (<i>DP</i> =0.194)	α se item apagado	Correlação item total corrigida
1	Vejo séries televisivas para não perder o contacto, porque a maioria dos meus amigos o faz.	1.60	0.93	1.36	0.62	0.973	0.63
2	Vejo séries televisivas para sentir emoções fortes como a excitação ou euforia que elas me proporcionam.	2.30	1.14	0.19	-1.41	0.971	0.83
3	Vejo séries televisivas para descobrir novos mundos e para aumentar o meu conhecimento acerca de alguns assuntos.	2.95	0.96	-0.68	-0.44	0.972	0.66
4	Vejo séries televisivas para passar o tempo e escapar ao tédio.	2.88	1.03	-0.58	-0.79	0.972	0.71
5	Vejo séries televisivas porque sei que me vou divertir se me deixar levar pela história.	3.05	0.95	-0.81	-0.23	0.972	0.70
6	Vejo séries televisivas para aliviar o stress, ansiedade ou emoções negativas.	2.78	1.07	-0.46	-1.03	0.971	0.77
7	Vejo séries televisivas para aprender ou para me familiarizar com um novo idioma.	2.61	1.07	-0.21	-1.21	0.972	0.73
8	Vejo séries televisivas para me afeiçoar às personagens e sentir alegria ao vê-las em cada episódio.	2.29	1.19	0.28	-1.46	0.971	0.86
9	Vejo séries televisivas para sentir que estou noutra dimensão durante algum tempo.	2.43	1.21	0.05	-1.56	0.971	0.85

10	Vejo séries televisivas para me relacionar com os outros mais facilmente, porque as séries dão-me algo sobre o que falar ou discutir.	1.88	1.06	0.82	-0.72	0.972	0.73
11	Vejo séries televisivas para me livrar dos problemas diários.	2.25	1.21	0.28	-1.50	0.971	0.85
12	Vejo séries televisivas porque elas me dão o que pensar sobre alguns assuntos.	2.80	1.02	-0.47	-0.86	0.972	0.76
13	Vejo séries televisivas porque cedo à pressão do meu círculo íntimo quando me aconselham a ver uma determinada série.	1.68	0.98	1.16	-0.00	0.973	0.54
14	Vejo séries televisivas para ampliar o meu conhecimento audiovisual.	2.52	1.10	-0.11	-1.32	0.972	0.77
15	Vejo séries televisivas na esperança de sentir, novamente, a euforia que senti a ver uma série anterior.	2.27	1.16	0.27	-1.41	0.971	0.87
16	Vejo séries televisivas para fugir à rotina.	2.54	1.10	-0.12	-1.31	0.971	0.79
17	Vejo séries televisivas para ultrapassar a solidão.	2.19	1.16	0.39	-1.34	0.971	0.85
18	Vejo séries televisivas para ser cativado e experienciar aventuras extraordinárias por procura.	2.32	1.17	0.21	-1.46	0.970	0.88
19	Vejo séries televisivas para desenvolver a minha personalidade e ampliar as minhas perspetivas.	2.41	1.15	0.05	-1.45	0.971	0.82
20	Vejo séries televisivas para escapar a algumas responsabilidades.	1.97	1.18	0.70	-1.12	0.971	0.87
21	Vejo séries televisivas para me sentir valorizado aos olhos dos outros graças ao meu conhecimento sobre o assunto.	1.67	1.04	1.24	0.04	0.972	0.66
22	Vejo séries televisivas para fugir à realidade e procurar conforto no mundo ficcional.	2.11	1.20	0.48	-1.37	0.971	0.85
WTSMQ Total $\alpha = 0.973$		2.34	0.88	0.31	-1.08		

Nota. *M* = média; *DP* = desvio padrão; *As* = assimetria; *Cr* = curtose; α = alpha de Cronbach

19	Vejo séries televisivas para desenvolver a minha personalidade e ampliar as minhas perspetivas.	2.41	1.15	0.05	-1.45	0.879	0.81
	Aperfeiçoamento Emocional ($\alpha = 0.929$)	2.44	0.99	0.23	-1.21		
2	Vejo séries televisivas para sentir emoções fortes como a excitação ou euforia que elas me proporcionam.	2.30	1.14	0.19	-1.41	0.908	0.83
5	Vejo séries televisivas porque sei que me vou divertir se me deixar levar pela história.	3.05	0.95	-0.81	-0.23	0.936	0.68
8	Vejo séries televisivas para me afeiçoar às personagens e sentir alegria ao vê-las em cada episódio.	2.29	1.19	0.28	-1.46	0.905	0.85
15	Vejo séries televisivas na esperança de sentir, novamente, a euforia que senti a ver uma série anterior.	2.27	1.16	0.27	-1.41	0.902	0.86
18	Vejo séries televisivas para ser cativado e experienciar aventuras extraordinárias por procura.	2.32	1.17	0.21	-1.46	0.906	0.85
	Social ($\alpha = 0.907$)	1.71	0.88	1.16	0.20		
1	Vejo séries televisivas para não perder o contacto, porque a maioria dos meus amigos o faz.	1.60	0.93	1.36	0.62	0.884	0.78
10	Vejo séries televisivas para me relacionar com os outros mais facilmente, porque as séries dão-me algo sobre o que falar ou discutir.	1.88	1.06	0.82	-0.72	0.873	0.81
13	Vejo séries televisivas porque cedo à pressão do meu círculo íntimo quando me aconselham a ver uma determinada série.	1.68	0.98	1.16	-0.00	0.887	0.72
21	Vejo séries televisivas para me sentir valorizado aos olhos dos outros graças ao meu conhecimento sobre o assunto.	1.67	1.04	1.24	0.04	0.875	0.81
	WTSMQ Total $\alpha = 0.973$						

Nota. *M* = média; *DP* = desvio padrão; *As* = assimetria; *Cr* = curtose; α = alpha de Cronbach

Na Tabela 3, é apresentada a análise descritiva dos itens e total da “*Escala de Solidão da UCLA*”, sendo que esta escala não apresenta subescalas. Os valores de assimetria e curtose asseguram a normal distribuição dos itens. Esta escala apresenta itens invertidos, nomeadamente os itens: 1,4,5,8,9,13,14,17 e 18. O item dezassete (“*Há pessoas com quem consigo falar*”) apresenta a média mais elevada e o item quinze (“*Sou infeliz por ser tão retraído*”), a média mais baixa. Nenhum item se correlaciona com o total do questionário abaixo do valor recomendado de 0.30. As correlações entre os 18 itens variam entre $r = -0.679$ ($p < 0.010$) e $r = 0.890$ ($p > 0.001$).

Tabela 3

Escala de Solidão da UCLA: *Qualidades psicométricas dos itens e total*

	<i>M</i> (1-4)	<i>DP</i>	<i>As</i> (<i>DP</i> =0.097)	<i>Cr</i> (<i>DP</i> =0.194)	α se item apagado	Correlação item total corrigida
1 Sinto-me em sintonia com as pessoas que estão à minha volta.	3.10	0.88	-0.92	0.32	0.950	0.66
2 Sinto falta de camaradagem.	2.53	0.86	-0.19	-0.63	0.951	0.64
3 Não há ninguém a quem possa recorrer.	2.09	0.98	0.37	-1.01	0.948	0.79
4 Sinto que faço parte de um grupo de amigos.	3.14	0.96	-0.92	-0.14	0.950	0.69
5 Tenho muito em comum com as pessoas que me rodeiam.	3.03	0.85	-0.79	0.21	0.950	0.68
6 Já não sinto mais intimidade com ninguém.	2.08	1.05	-0.48	-1.05	0.949	0.75
7 Os meus interesses e ideias não são partilhados por aqueles que me rodeiam.	2.38	0.96	0.07	-0.98	0.952	0.59
8 Sou uma pessoa voltada para fora.	2.64	0.88	-0.37	-0.53	0.955	0.39
9 Há pessoas a quem me sinto chegado.	3.23	0.85	-1.06	0.63	0.949	0.77
10 Sinto-me excluído.	2.01	1.00	0.55	-0.90	0.948	0.80
11 Ninguém me conhece realmente bem.	2.46	0.97	-0.09	-0.98	0.950	0.67
12 Sinto-me isolado dos outros.	2.10	1.04	0.37	-1.16	0.948	0.81
13 Consigo encontrar camaradagem quando quero.	2.94	0.88	-0.69	-0.08	0.950	0.68
14 Há pessoas que me compreendem realmente.	3.05	0.85	-0.79	0.23	0.950	0.72
15 Sou infeliz por ser tão retraído.	1.98	1.03	0.57	-0.99	0.949	0.77
16 As pessoas estão à minha volta mas não estão comigo.	2.24	1.01	0.16	-1.18	0.949	0.76
17 Há pessoas com quem consigo falar.	3.27	0.87	-1.20	0.86	0.949	0.78
18 Há pessoas a quem posso recorrer.	3.27	0.88	-1.19	0.77	0.948	0.80
Total $\alpha = 0.492$	2.07	0.70	0.96	0.68		

Nota. *M* = média; *DP* = desvio padrão; *As* = assimetria; *Cr* = curtose; α = alpha de Cronbach

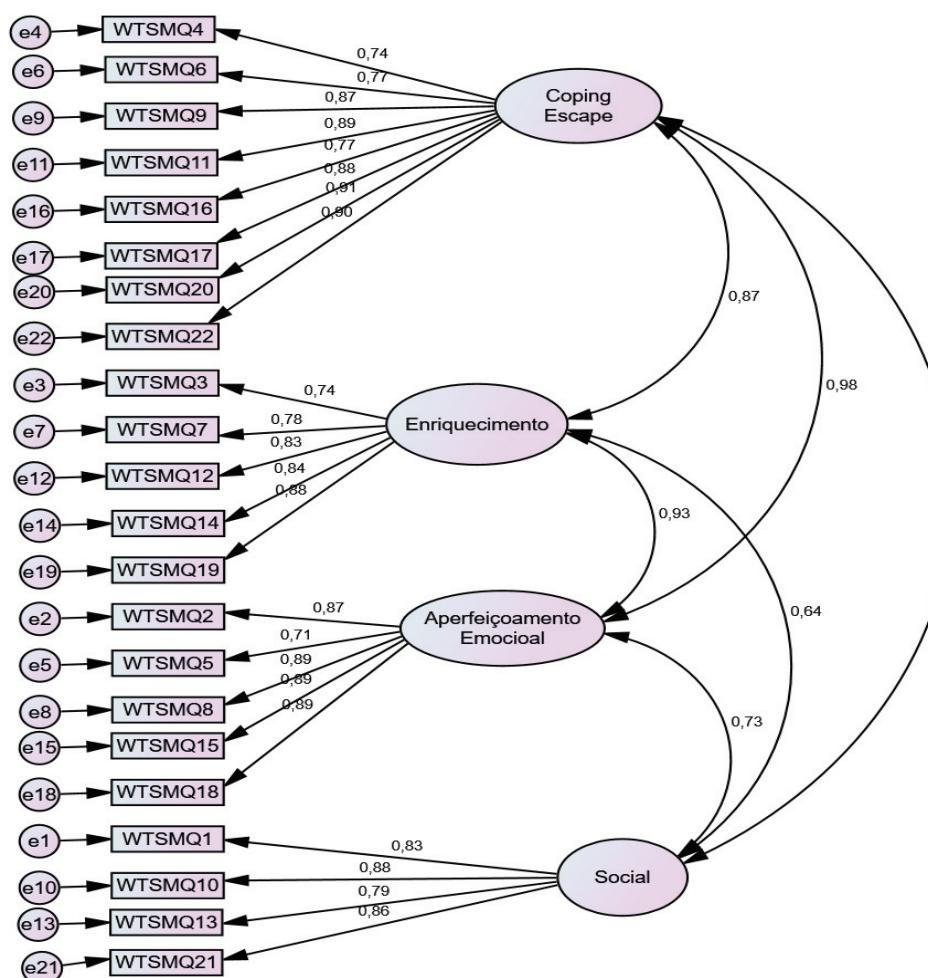
Modelos de ajustamento

Na Figura 1 encontramos um modelo teórico do *Watching TV Series Motives Questionnaire* proposto pelos autores. Contudo, a realização da análise fatorial confirmatória para a amostra portuguesa não revelou um bom modelo de ajustamento, sobretudo no que diz respeito ao valor do qui-quadrado, RMSEA e PCLOSE [$\chi^2(208) = 6.095$; $p < 0.001$; CFI = 0.926; TLI = 0.918; RMSEA = 0.090; PCLOSE = 0.000; SRMR = 0.047].

Apesar deste instrumento não estar validado para a população portuguesa e desta análise preliminar confirmatória não apresentar um bom ajustamento, decidimos prosseguir com a utilização do instrumento com base nos valores de alfa de Cronbach obtidos neste estudo. Outra das razões que nos levou a prosseguir com a utilização deste instrumento diz respeito aos valores da saturação dos itens nos fatores, que são bastante elevados.

Figura 1

Modelo de ajustamento do Watching TV Series Motives Questionnaire

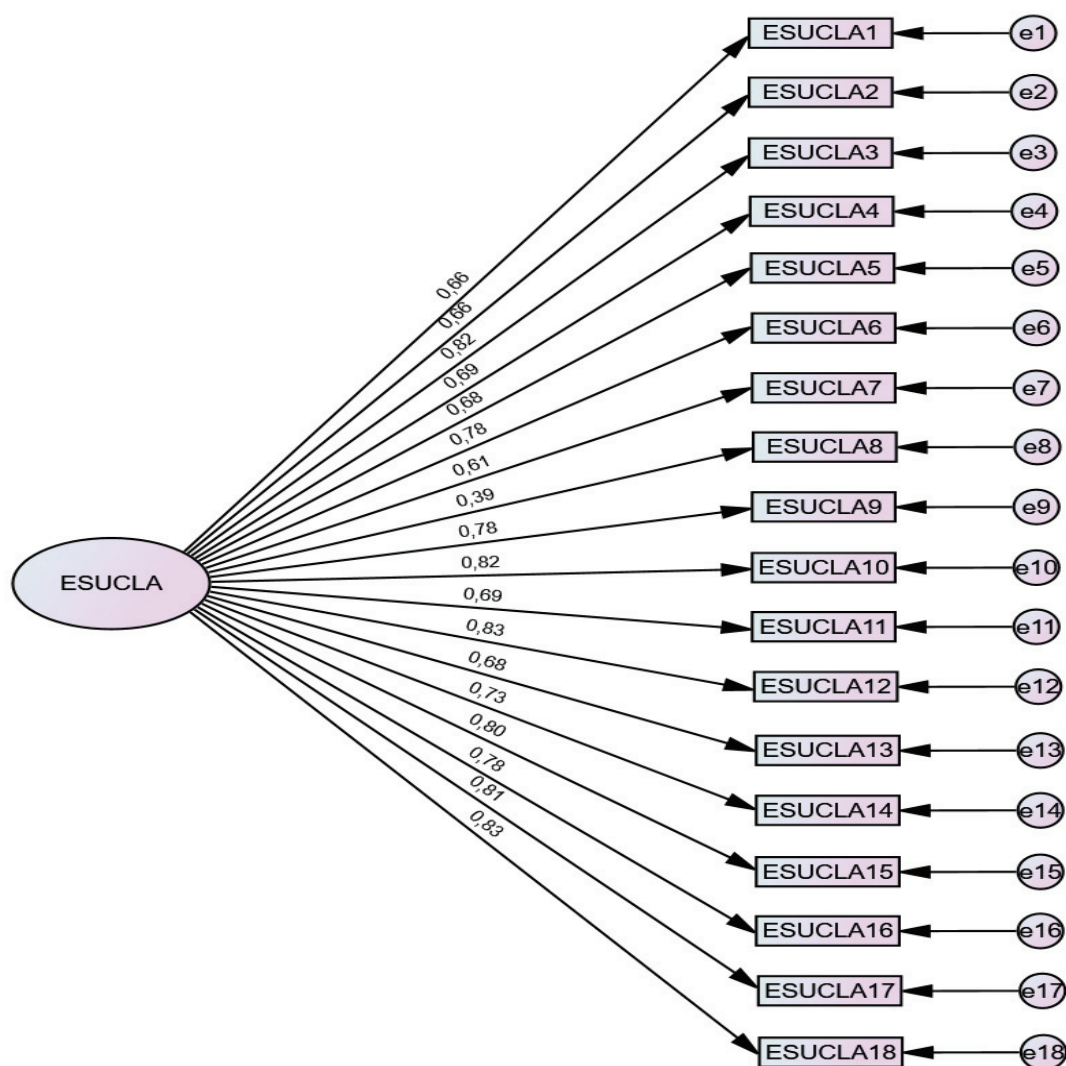


Na Figura 2, apesar da *Escala da Solidão da UCLA* estar validada para a população portuguesa, procedemos à realização da avaliação do ajustamento do modelo proposto pelos autores, tendo em vista avaliar o ajustamento do modelo à amostra deste estudo, através da análise fatorial confirmatória que se revelou inaceitável [$\chi^2(135) = 15.823$; $p < 0.001$; CFI = 0.781; TLI = 0.752; RMSEA = 0.153; PCLOSE = 0.000; SRMR = 0.084].

Contudo, decidimos prosseguir com a utilização do instrumento com base nos valores de alfa de Cronbach obtidos neste estudo e com base nos valores de saturação dos itens nos fatores, que são bastante elevados.

Figura 2

Modelo de ajustamento da Escala de Solidão da UCLA



Resposta às hipóteses

Para dar resposta à Hipótese 1 (*Espera-se que os motivos mais destacados para justificar o visionamento compulsivo das séries televisivas sejam o Enriquecimento e o Aperfeiçoamento Emocional*), procedemos à determinação dos valores médios das subescalas do *Watching TV Series Motives Questionnaire* (Tabela 2), tendo confirmado a mesma, isto é, os valores das subescalas Enriquecimento e Aperfeiçoamento Emocional são mais elevados do que os das subescalas *Coping/Escape* e Social. Isto significa que os principais motivos para o visionamento compulsivo das séries televisivas são o Enriquecimento Cultural e o Aperfeiçoamento Emocional, confirmando-se desta forma a Hipótese 1.

Para dar resposta à Hipótese 2 (*Espera-se que as mulheres que vêm séries televisivas assistam essencialmente a romances e comédias e os homens que vêm séries televisivas assistam sobretudo a séries de ação e de fantasia ou de ficção científica*), procedemos à determinação do tipo de séries mais visualizadas e verificamos que as séries de ação são as que têm um maior visionamento (72%) seguidas das séries documentais (64.3%) das séries dramáticas (63%), das séries cómicas (60.5%), das séries de ficção científica e fantasia (60%), das séries românticas (53.4%) e, por fim, das séries de terror (26.2%). Apesar de tudo, quanto à natureza das séries, a maioria da amostra (51.5%) prefere ver séries tranquilizadoras (calmas e relaxantes) do que séries estimuladoras (violentas e de ação).

Quando analisamos apenas a amostra masculina, verificamos que as séries de ação são as que têm um maior visionamento (86.9%) seguidas das séries de ficção científica e fantasia (73.5%), das séries documentais (59.7%), das séries dramáticas (54.4%), das séries cómicas (44.3%), das séries de terror (41.6%) e, por fim, das séries românticas (26.5%). 71.8% da amostra masculina prefere séries estimuladoras (violentas e de ação).

Ao analisarmos apenas a amostra feminina, verificamos que as séries românticas são as que têm um maior visionamento (77.3%), seguidas das séries cómicas (74.9%), das séries dramáticas (70.7%), das séries documentais (68.4%), das séries de ação (58.8%), das séries de ficção científica e fantasia (48.1%) e, finalmente, das séries de terror (12.5%). A maioria da amostra feminina (72.2%) prefere ver séries tranquilizadoras (calmas e relaxantes) do que séries estimuladoras (violentas e de ação).

Todas as diferenças existentes entre homens e mulheres relativamente ao tipo de séries visionadas são estatisticamente significativas ($p < 0.001$): séries de ação [$\chi^2(1) = 61.851$; $p < 0.001$]: $\Phi = 0.313$]; séries dramáticas [$\chi^2(1) = 18.168$; $p < 0.001$]: $\Phi = -0.169$];

séries de terror [$\chi^2(1) = 68.902; p < 0.001$] : $\Phi = 0.330$]; séries de comédia [$\chi^2(1) = 61.919; p < 0.001$] : $\Phi = -0.313$]; séries de ficção científica e fantasia [$\chi^2(1) = 42.507; p < 0.001$] : $\Phi = 0.259$]; séries românticas [$\chi^2(1) = 163.573; p < 0.001$] : $\Phi = -0.508$]; séries documentais [$\chi^2(1) = 5.113; p = 0.024$] : $\Phi = -0.090$]; séries tranquilizadoras versus séries estimuladoras [$\chi^2(1) = 122.523; p < 0.001$] : $\Phi = -0.440$]. Estes dados confirmam a Hipótese 2.

Para dar resposta à Hipótese 3 (*Espera-se que as pessoas que preferem séries estimuladoras, nomeadamente, de ação, vejam mais estas séries do que aquelas que preferem outros tipos e outra natureza de séries*), procedemos à realização do teste Qui-Quadrado e verificamos que as pessoas que preferem séries estimuladoras apresentam valores significativamente mais elevados de visionamento de séries de ação [$\chi^2(1) = 153.169; p < 0.001$] : $\Phi = -0.492$], séries de terror [$\chi^2(1) = 148.911; p < 0.001$] : $\Phi = -0.485$] e séries de ficção científica e fantasia [$\chi^2(1) = 39.486; p < 0.001$] : $\Phi = -0.250$]. As pessoas que preferem séries tranquilizadoras apresentam níveis de visionamento significativamente mais elevados de séries de comédia [$\chi^2(1) = 94.498; p < 0.001$] : $\Phi = 0.386$] , séries de romance [$\chi^2(1) = 131.494; p < 0.001$] : $\Phi = 0.456$] e de séries documentais [$\chi^2(1) = 23.801; p < 0.001$] : $\Phi = 0.194$]. As séries de drama [$\chi^2(1) = 0.335; p = 0.563$] : $\Phi = 0.023$] foram as únicas que não apresentaram diferenças estatisticamente significativas em relação à natureza das mesmas (estimuladoras ou tranquilizadoras). Assim, a Hipótese 3 fica maioritariamente confirmada.

Para dar resposta à Hipótese 4 (*Espera-se que a motivação que leva as pessoas a verem séries televisivas esteja correlacionada positivamente com a solidão*), procedemos ao estabelecimento de correlações de Pearson entre a solidão (total) e todas as dimensões da WTSMQ. Na Tabela 4, verificamos que todas as variáveis se correlacionam entre si de forma positiva e significativa. A solidão correlaciona-se significativa e positivamente com todas as subescalas e com o total da WTSMQ, sendo a correlação mais elevada entre o total da Solidão e o WTSMQ *Coping/Escape*, confirmando-se assim a Hipótese 4.

Tabela 4*Correlações entre as variáveis*

	1	2	3	4	5	6
1 Solidão Total	1					
2 WTSMQ Total	0.638**	1				
3 WTSMQ <i>Coping</i> /Escape	0.686**	0.969**	1			
4 WTSMQ Enriquecimento	0.543**	0.901**	0.824**	1		
5 WTSMQ Aperfeiçoamento Emocional	0.636**	0.963**	0.930**	0.860**	1	
6 WTSMQ Social	0.346**	0.761**	0.670**	0.567**	0.649**	1

** $p < 0.001$

Capítulo IV- Discussão dos resultados

O motivo que leva as pessoas a utilizarem desmesuradamente conteúdos audiovisuais, designadamente, a visualização de séries de televisão ou filmes, não é um fenómeno atual (Jenner, 2016). Contudo, este fenómeno ganhou mais destaque nos últimos dois anos, especialmente com o crescimento das plataformas de *streaming*, uma vez que os utilizadores têm um acesso ilimitado a um número enorme de séries a um preço relativamente acessível e que pode ser visualizado em vários dispositivos eletrónicos e em qualquer local e momento do dia (Reelgood, 2019). Existe um crescimento progressivo da assistência a séries televisivas ou outros programas de entretenimento *online*, mas de uma forma isolada (Krämer et al., 2015), como forma de escapar à realidade e de aliviar os sentimentos de solidão, dado que ficam de tal maneira absorvidos num mundo das personagens fictícias que se esquecem que estão sós até o filme ou a série finalizar (Merceron & Atkin, 2020).

Assim, o presente estudo teve como objetivos: (1) Determinar os motivos que levam as pessoas a verem séries televisivas; (2) Compreender as diferenças nas motivações para verem séries televisivas em função das variáveis sociodemográficas; (3) Averiguar as diferenças nas motivações para verem séries televisivas de acordo com o tipo e a natureza das séries e (4) Estabelecer uma relação entre os motivos que levam as pessoas a verem séries televisivas e a solidão. As hipóteses correspondentes foram: (H1) Espera-se que os motivos mais destacados para justificar o visionamento compulsivo das séries televisivas sejam o Enriquecimento e o Aperfeiçoamento Emocional; (H2) Espera-se que as mulheres que vêem séries televisivas assistam essencialmente a romances e comédias e os homens que vêem séries televisivas assistam sobretudo a séries de ação e de fantasia ou de ficção científica; (H3) Espera-se que as pessoas que preferem séries estimuladoras, nomeadamente, de ação, vejam mais estas séries do que aquelas que preferem outros tipos e outra natureza de séries; (H4) Espera-se que a motivação que leva as pessoas a verem séries televisivas esteja correlacionada positivamente com a solidão.

A análise fatorial confirmatória levada a cabo com os instrumentos WTSMQ e Escala de Solidão da UCLA, pretendeu avaliar o ajustamento dos mesmos à amostra. No entanto, o instrumento WTSMQ para a amostra portuguesa, não revelou um bom modelo de ajustamento e a Escala de Solidão da UCLA, apesar de estar validada para a população portuguesa revelou-se também inaceitável; contudo, decidiu-se prosseguir com a utilização

de ambos os instrumentos tendo por base os valores de alfa de Cronbach obtidos neste estudo, bem como os valores de saturação dos itens nos fatores que se revelaram elevados. Em contraste com os resultados obtidos neste estudo, Flayelle et al (2020) que procederam à validação do instrumento WTSMQ, no sentido de promover pesquisas internacionais e transculturais sobre o *binge-watching*; aplicaram, para o efeito, o instrumento em nove idiomas: espanhol, francês, inglês, húngaro, italiano, alemão, árabe, persa e chinês. O instrumento apresentou boas propriedades psicométricas em todos os idiomas. Uma das explicações possíveis para os autores terem encontrado um bom modelo de ajustamento deve-se, provavelmente, ao facto dos autores terem utilizado amostras maiores e representativas da população do que a deste estudo, e, conseqüentemente, encontraram melhores modelos de ajustamento. Relativamente à Escala de Solidão da UCLA, na sua versão original de Russell, Peplau e Cutrona (1980), esta encontra-se validada em muitas línguas, para vários países e também existem várias versões do autor original (Russell, 1996). Na versão turca, Durak et al. (2010) e na versão dinamarquesa, Lasgaard (2007) utilizaram amostras representativas e maiores, em contraposição, neste estudo utilizou-se uma amostra de conveniência e não representativa, mais pequena, o que pode justificar não se ter encontrado um modelo adequado.

No que diz respeito à primeira Hipótese (*Espera-se que os motivos mais destacados para justificar o visionamento compulsivo das séries televisivas sejam o Enriquecimento e o Aperfeiçoamento Emocional*), recorreu-se para o efeito à determinação dos valores médios da subescalas do WTSMQ, confirmando-se assim a Hipótese 1. De facto, o hábito de ver séries televisivas pode ser uma forma fácil e inspiradora de aprender coisas sobre a vida (Merikivi et al., 2019), os espectadores sentem-se cognitivamente e emocionalmente ativos, envolvidos e imersos no mundo da história (Tukachinsky & Eyal, 2018), aprendem sobre determinados assuntos e mantêm contacto com o que está acontecer no país e no mundo (Lüders & Sundet, 2021). Também Vecchiato et al. (2012) apresentaram um estudo com o recurso ao eletroencefalograma (EEG), em que se verificou uma maior ativação no córtex pré-frontal relacionado com o processamento cognitivo e emocional enquanto os participantes viam determinados conteúdos na televisão manifestando um maior índice de prazer e emoção. Outros estudos relatam que a visualização de determinados programas televisivos não acarreta efeitos negativos na cognição e comportamento, nem nas hormonas do cortisol relacionadas com o stress, por exemplo, a visualização de séries cómicas e de suspense,

utilizadas para induzir experiências emocionais de alegria e medo, conduziram à diminuição dos níveis de cortisol (Nabi et al., 2016).

Relativamente à segunda Hipótese (*Espera-se que as mulheres que vêem séries televisivas assistam essencialmente a romances e comédias e os homens que vêem séries televisivas assistam sobretudo a séries de ação e de fantasia ou de ficção científica*), verificou-se, ao analisar a amostra masculina, que as séries de ação são as que possuem um maior visionamento seguidas das séries de ficção científica e fantasia, em contraposição à amostra feminina, na qual se verificou que as séries românticas são as que têm um maior visionamento, seguidas das séries cómicas. Desta forma, todas as diferenças existentes entre homens e mulheres relativamente ao tipo de séries visionadas são estatisticamente significativas confirmando-se assim a Hipótese 2. Esta Hipótese é corroborada pela revisão da literatura que refere que as preferências de visualização de programas televisivos são diferentes entre homens e mulheres (Ahmed, 2017). De uma forma geral, os homens têm tendência a optar por séries de fantasia ou de ficção científica, ao passo que as mulheres optam por assistir a comédias (Ahmed, 2017). Outros estudos revelaram também que as mulheres são mais propensas a visualizarem séries de romances e os homens de ação (Knobloch et al., 2005).

No que concerne à terceira Hipótese (*Espera-se que as pessoas que preferem séries estimuladoras, nomeadamente, de ação, vejam mais estas séries do que aquelas que preferem outros tipos e outra natureza de séries*), na generalidade, as pessoas preferem séries estimuladoras em preferência das séries tranquilizadoras. No entanto, as séries de drama foram as únicas que não apresentaram diferenças estatisticamente significativas em relação à natureza das mesmas (estimuladoras ou tranquilizadoras). Nesta perspetiva, pode-se considerar que o drama é um tipo de séries um pouco distintas das outras, pois apela mais aos sentimentos, pensamentos e emoções, quer ao nível do conteúdo em si quer ao nível das experiências passadas da pessoa (McDonald et al., 2015). Desta forma, a Hipótese 3 foi confirmada.

Em relação à quarta Hipótese (*Espera-se que a motivação que leva as pessoas a verem séries televisivas esteja correlacionada positivamente com a solidão*), procedeu-se ao estabelecimento de correlações de Pearson entre a solidão (total) e todas as dimensões da WTSMQ. Verificou-se que todas as variáveis se correlacionavam entre si de forma positiva e significativa. A solidão correlacionou-se significativa e positivamente com todas as

subescalas e com o total da WTSMQ, sendo a correlação mais elevada entre o total da Solidão e o WTSMQ *Coping/Escape*, o que confirma a Hipótese 4. Douglas et al. (2021) destacaram que a solidão está positivamente relacionada com assistir excessivamente à televisão porque os espectadores tendem a visualizar mais episódios para lidar com este sentimento. Em contrapartida, com o surgimento da internet, torna-se mais comum que as pessoas assistam a programas televisivos sozinhas, sem a presença física de outras pessoas (Lin et al., 2016). Consta-se também que as pessoas assistem a programas televisivos como forma de escapar à realidade e de atenuar os sentimentos de solidão, uma vez que ficam de tal forma absorvidas num mundo das personagens fictícias que se esquecem de que estão sós até ao momento que o filme ou a série finaliza (Merceron & Atkin, 2020). Efetivamente, a televisão para muitos indivíduos é uma companhia que preenche o vazio sentido numa casa, tendo como cenário de fundo, imagens, vozes e também personagens familiares que podem servir como uma espécie de comunidade fictícia que faz com que a casa pareça menos vazia, o que permite esquecer de forma temporária que o indivíduo está só, desligando-se, deste modo, do mundo exterior e possibilitando a aquisição do papel das personagens que estão a visualizar (Muneer & Munir, 2020). As principais motivações que levam as pessoas a assistirem a televisão são individuais, apesar de também serem influenciadas por fatores sociais em casa, funcionando como uma forma de relaxamento, isto é, passar o tempo e divertir-se, muitas vezes como parte de uma rotina, escapar de situações complicadas da vida, aprender sobre determinados assuntos e manter contacto com o que está acontecer no país e no mundo (Lüders & Sundet, 2021). Ver televisão é principalmente impulsionado por estímulos e é controlado e ritmado pelo fluxo contínuo de imagens e sons em movimento, atrai a atenção automática e sem esforço dos espectadores, especialmente se incluírem movimento e mudanças repentinas, pois assemelha-se em grande parte a situações da vida real (Fancourt & Steptoe, 2019). A motivação para assistir a programas televisivos acarreta algumas desvantagens para os telespectadores, o que está plasmado em alguns estudos, reforçando que poderá ser prejudicial para o bem-estar geral de uma pessoa, pois tende a ser viciante, podem ocorrer situações de isolamento social, quadros depressivos, problemas de obesidade e ainda desencadear letargia e solidão (Ahmed et al., 2020). Assim, a solidão pode ser um dos motivos que leva o indivíduo a assistir diariamente a programas televisivos.

No decorrer desta investigação foram encontradas diversas limitações, nomeadamente, o facto de os dados terem sido recolhidos *online* em vez de presencialmente devido ao contexto pandémico da Covid-19 em que foi realizada a recolha dos mesmos, o que criou

alguns constrangimentos em termos de um maior envolvimento dos sujeitos nas respostas. Outra das limitações encontradas prende-se com o tamanho da amostra não ter sido a expectável devido à pandemia Covid-19 e à dificuldade em encontrar indivíduos disponíveis para responderem aos questionários. Uma outra limitação diz respeito à utilização dos instrumentos de autorrelato cuja desejabilidade social e subjetividade é difícil de controlar, ou seja, as pessoas podem eventualmente responder aquilo que consideram que os outros querem que seja respondido, o que pode em certa medida enviesar os resultados.

Estudos futuros poderiam alargar a amostra a pessoas de outras faixas etárias, nomeadamente, pessoas com idade inferior aos 18 anos, sobretudo a faixa etária entre os 14 e 17 anos de idade que têm também o hábito de assistir compulsivamente a séries televisivas. Seria também pertinente estudar este fenómeno numa população clínica. Além disso, como este estudo é transversal e, por conseguinte, tem um alcance mais limitado (Jenicek e Cléroux, 1982), seria interessante pensar também num estudo longitudinal, no sentido de recolher os mesmos dados junto dos mesmos sujeitos em diversas ocasiões e num período de tempo mais dilatado.

Conclusão

Este estudo teve como objetivo principal entender os motivos que levam as pessoas a verem séries televisivas compulsivamente e a sua relação com a solidão. Ao longo desta investigação, verificou-se que os resultados mais destacados para o visionamento compulsivo das séries televisivas foram o Enriquecimento Cultural e o Aperfeiçoamento Emocional; verificou-se também que as séries de ação, na generalidade, são as que mais se destacaram no visionamento, no entanto, a maioria da amostra referiu preferir a visualização de séries tranquilizadoras em detrimento das séries estimuladoras. É de salientar que as séries de drama foram as únicas que não apresentaram diferenças estatisticamente significativas no que concerne à diferenciação quanto à sua natureza, ou seja, estimuladoras ou tranquilizadoras. Verificou-se ainda que há uma relação muito direta entre o visionamento excessivo de séries televisivas e a solidão como forma de lidar com este sentimento. Com este estudo chegou-se à conclusão que as pessoas vêm séries televisivas de forma compulsiva como meio de escapar à solidão.

Referências Bibliográficas

- Ahmed, A. (2017). New era of TV-watching behavior: Binge-watching and its psychological effects. *Media Watch*, 8(2), 192–207. <https://doi.org/10.15655/mw/2017/v8i2/49006>
- Ahmed, M., Seid, A., & Kemal, A. (2020). Does the Frequency of Watching Television Matters on Overweight and Obesity among Reproductive Age Women in Ethiopia? *Journal of Obesity*, 1–7. <https://doi.org/10.1155/2020/9173075>
- Alaviani, M., Parvan, R., Karimi, F., Safiri, S., & Mahdavi, N. (2017). Prevalence of loneliness and associated factors among Iranian college students during 2015. *Journal of Archives in Military Medicine*, 5(1), 1-5. <https://doi.org/10.5812/jamm.42356>
- Amyotte, L.(1996) *Méthodes quantitatives: applications à la recherche en sciences humaines*, Montréal, Editions du Renouveau pédagogique.
- Ang, C. S. (2016). Types of social connectedness and loneliness: the joint moderating effects of age and gender. *Applied Research in Quality of Life*, 11(4), 1173-1187. <https://doi.org/10.1007/s11482-015-9428-5>
- Bernhold, Q. S., & Metzger, M. (2018). Older Adults' Parasocial Relationships with Favorite Television Characters and Depressive Symptoms. *Health Communication*, 1–12. <https://doi.org/10.1080/10410236.2018.1548336>
- Bhagchandani, R. K. (2017). Effect of loneliness on the psychological well-being of college students. *International Journal of Social Science and Humanity*, 7(1), 60-64. <https://doi.org/10.18178/ijssh.2017.7.1.796>

- Bond, B. J., & Calvert, S. L. (2014). Parasocial Breakup Among Young Children in the United States. *Journal of Children and Media*, 8(4), 474–490.
<https://doi.org/10.1080/17482798.2014.953559>
- Bradshaw, C., Atkinson, S., & Doody, O. (2017). Employing a Qualitative Description Approach in Health Care Research. *Global Qualitative Nursing Research*, 4, 1-8.
<https://doi.org/10.1177/2333393617742282>
- Bryman, A. & Cramer, D. (2003). Análise de dados em ciências sociais. Introdução às técnicas utilizando o SPSS para Windows (3ª Ed.). Oeiras: Celta.
- Cacioppo, J. T., & Cacioppo, S. (2014). Social Relationships and Health: The Toxic Effects of Perceived Social Isolation. *Social and Personality Psychology Compass*, 8(2), 58-72. <https://doi.org/10.1111/spc3.12087>
- Chang, E. C. (2018). Relationship between loneliness and symptoms of anxiety and depression in African American men and women: Evidence for gender as a moderator. *Personality and Individual Differences*, 120, 138-143.
<https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.08.035>
- Conlin, L., Billings, A. C., & Averset, L. (2016). Time-shifting vs. appointment viewing: the role of fear of missing out within TV consumption behaviors. *Communication & Society*, 29(4),151-164. <https://doi.org/10.15581/003.29.4.151-164>
- Domènech-Abella, J., Lara, E., Rubio-Valera, M., Olaya, B., Moneta, M. V., Rico-Urbe, L. A., ... & Haro, J. M. (2017). Loneliness and depression in the elderly: the role of social network. *Social Psychiatry and Psychiatric Epidemiology*, 52(4), 381-390.
<https://doi.org/10.1007/s00127-017-1339-3>

- Dong, X., & Chen, R. (2017). Gender differences in the experience of loneliness in U.S. Chinese older adults. *Journal of Women & Aging, 29*(2), 115-125.
<https://doi.org/10.1080/08952841.2015.1080534>
- Douglas Smith, Trinity Leonis & S. Anandavalli (2021) Belonging and loneliness in cyberspace: impacts of social media on adolescents' well-being. *Australian Journal of Psychology, 73*(1), 12-23, <https://doi.org/10.1080/00049530.2021.1898914>
- Durak, M., & Senol-Durak, E. (2010). Psychometric Qualities of the UCLA Loneliness Scale-Version 3 as Applied in a Turkish Culture. *Educational Gerontology, 36*(10-11), 988–1007. <https://doi.org/10.1080/03601271003756628>
- Erickson, S. E., Dal Cin, S., & Byl, H. (2019). An experimental examination of binge watching and narrative engagement. *Social Sciences, 8*(1), 1–9. <https://doi.org/10.3390/socsci8010019>
- Exelmans, L., & Van den Bulck, J. (2017). Binge viewing, sleep, and the role of pre-sleep arousal. *Journal of Clinical Sleep Medicine, 13*(8), 1001–1008.
<https://doi.org/10.5664/jcsm.6704>
- Fancourt, D., & Steptoe, A. (2019). Television viewing and cognitive decline in older age: findings from the English Longitudinal Study of Ageing. *Scientific Reports, 9*(1). <https://doi.org/10.1038/s41598-019-39354-4>
- Flayelle, M., Canale, N., Vögele, C., Karila, L., Maurage, P., & Billieux, J. (2019). Assessing binge-watching behaviors: Development and validation of the “Watching TV Series Motives” and “Binge-watching Engagement and Symptoms” questionnaires. *Computers in Human Behavior, 90*, 26–36. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.08.022>

- Flayelle, M., Castro-Calvo, J., Vögele, C., Astur, R., Ballester-Arnal, R., Challet-Bouju, G., Brand, M., Cárdenas, G., Devos, G., Elkholy, H., Grall-Bronnec, M., James, R. J. E., Jiménez-Martínez, M., Khazaal, Y., Valizadeh-Haghi, S., King, D. L., Liu, Y., Lochner, C., Steins-Loeber, S., . . . Billieux, J. (2020). Towards a cross-cultural assessment of binge-watching: Psychometric evaluation of the “watching TV series motives” and “binge-watching engagement and symptoms” questionnaires across nine languages. *Computers in Human Behavior*, *111*, Article 106410. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106410>
- Granow, V. C., Reinecke, L., & Ziegele, M. (2018). Binge-watching and psychological well-being: Media use between lack of control and perceived autonomy. *Communication Research Reports*, *35*(5), 392–401. <https://doi.org/10.1080/08824096.2018.1525347>
- Gunther, H. (2006). Pesquisa Qualitativa Versus Pesquisa Quantitativa: esta é a Questão? *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, *22*(2), 201-210. <https://doi.org/10.1590/S0102-37722006000200010>
- Harkness, G.A. (1995). *Epidemiology in Nursing Practice*, Toronto, Mosby.
- Hartmann, M., Pelzl, M. A., Kann, P. H., Koehler, U., Betz, M., Hildebrandt, O., & Cassel, W. (2019). The effects of prolonged single night session of videogaming on sleep and declarative memory. *PLoS ONE*, *14*(11), 1–13. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0224893>
- Hoang, T. D., Reis, J., Zhu, N., Jacobs, D. R., Launer, L. J., Whitmer, R. A., . . . Yaffe, K. (2016). Effect of Early Adult Patterns of Physical Activity and Television Viewing on Midlife Cognitive Function. *JAMA Psychiatry*, *73*(1), 73. <https://doi.org/10.1001/jamapsychiatry.2015.2468>

- Holt-Lunstad, J., Smith, T. B., Baker, M., Harris, T., & Stephenson, D. (2015). Loneliness and social isolation as risk factors for mortality: A meta-analytic review. *Perspectives on Psychological Science, 10*(2), 227–237.
<https://doi.org/10.1177/1745691614568352>
- Hu, L. T., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff Criteria for Fit Indexes in Covariance Structure Analysis: Conventional Criteria versus New Alternatives. *Structural Equation Modeling, 6*, 1-55. <http://doi.org/10.1080/10705519909540118>
- Hunsaker, A., & Hargittai, E. (2018). A review of Internet use among older adults. *New Media & Society, 20*(10), 3937-3954 . <https://doi.org/10.1177/1461444818787348>
- Hwang, Y., & Lim, J. S. (2015). The impact of engagement motives for social TV on social presence and sports channel commitment. *Telematics and Informatics, 32*(4), 755–765. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2015.03.006>
- Jenicek, M.; Cl  roux, R. (1982). *  pid  miologie: principes, techniques, applications*, Saint-Hyacinthe, Edisem.
- Jenner, M. (2015). Binge-watching: Video-on-demand, quality TV and mainstreaming fandom. *International Journal of Cultural Studies, 20*(3), 304–320.
<https://doi.org/10.1177/1367877915606485>
- Jenner, M. (2016). Is this TVIV? On Netflix, TVIII and binge-watching. *New Media & Society, 18*(2), 257–273. <https://doi.org/10.1177/1461444814541523>.
- Jennings, N., & Alper, M. (2016). Young children’s positive and negative parasocial relationships with media characters. *Communication Research Reports, 33*(2), 96–102. <https://doi.org/10.1080/08824096.2016.1154833>

- Kearns, S. M., & Creaven, A. M. (2017). Individual differences in positive and negative emotion regulation: Which strategies explain variability in loneliness? *Personality and Mental Health, 11*(1), 64-74. <https://doi.org/10.1002/pmh.1363>
- Knobloch, S., Callison, C., Chen, L., Fritzsche, A., & Zillmann, D. (2005). Children's sex-stereotyped self-socialization through selective exposure to entertainment fare: Cross-cultural experiments in Germany, China, and the United States. *Journal of Communication, 55*(1), 122-138. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2005.tb02662.x>
- Krämer, N. C., Winter, S., Benninghoff, B., & Gallus, C. (2015). How “social” is Social TV? The influence of social motives and expected outcomes on the usage of Social TV applications. *Computers in Human Behavior, 51*, 255–262. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.05.005>
- Lasgaard, M. (2007). Reliability and validity of the Danish version of the UCLA Loneliness Scale. *Personality and Individual Differences, 42*(7), 1359–1366. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2006.10.013>
- Lim, C. M., & Kim, Y.-K. (2017). Older consumers' TV shopping: emotions and satisfaction. *International Journal of Retail and Distribution Management, 45*(3), 292–307. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-07-2016-0113>
- Lin, J.-S., Sung, Y., & Chen, K.-J. (2016). Social television: Examining the antecedents and consequences of connected TV viewing. *Computers in Human Behavior, 58*, 171–178. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.12.025>
- Lüders, M., & Sundet, V. S. (2021). Conceptualizing the Experiential Affordances of Watching Online TV. *Television & New Media, 1*-17. <https://doi.org/10.1177/15274764211010943>

- Marôco, J. (2011). *Análise estatística com o SPSS statistics* (5a.ed.). Pêro Pinheiro: ReportNumber.
- Marôco, J. (2014). *Análise de equações estruturais: Fundamentos teóricos, software & aplicações*. ReportNumber, Lda.
- Massano, J., & Almeida, F. N. (2020). Comissões de Ética em Portugal: Velhos e Novos Desafios. *Acta Médica Portuguesa*, 33(5), 295. <https://doi.org/10.20344/amp.13709>
- McDonald, D. G., Sarge, M. A., Lin, S.-F., Collier, J. G., & Potocki, B. (2015). A Role for the Self. *Communication Research*, 42(1), 3–29. <https://doi.org/10.1177/0093650212464771>
- Merceron, A., & Atkin, D. (2020). Examining the Role of Individual Differences & Motivation in Predicting Social TV Viewing Behaviors among Young Adults in the U.S.. *The Journal of Social Media in Society*, 9(1), 253-274. Retrieved from <https://thejsms.org/tsmri/index.php/TSMRI/article/view/539>
- Merikivi, J., Bragge, J., Scornavacca, E., & Verhagen, T. (2019). Binge-watching serialized video content: A transdisciplinary review. *Television & New Media* 21(7), 697-711. <https://doi.org/10.1177/1527476419848578>
- Merrill, K., & Rubenking, B. (2019). Go long or go often: Influences on binge-watching frequency and duration among college students. *Social Sciences*, 8(1), 10. <https://doi.org/10.3390/socsci8010010>
- Mikos, L. (2016). Digital media platforms and the use of TV content: Binge watching and video-on-demand in germany. *Media and Communication*, 4(3A), 154–161. <https://doi.org/10.17645/mac.v4i3.542>

- Muneer, S., & Munir, S. (2020). The impact of TV content on audience' perception of materialism. *International Journal of Linguistics, Literature and Culture*, 6(4), 62-75. <https://doi.org/10.21744/ijllc.v6n4.906>
- Nabi, R. L., Prestin, A., & So, J. (2016). Could Watching TV Be Good for You? Examining How Media Consumption Patterns Relate to Salivary Cortisol. *Health Communication*, 31(11), 1345–1355. <https://doi.org/10.1080/10410236.2015.1061309>
- Neto, F. (1989). Avaliação da solidão. *Psicologia Clínica*, 2, 65-79.
- Norwood, S.L. (2000). *Research Strategies for Advanced Practice Nurses*, Upper Saddle River (N.J.), Prentice Hall Health.
- Panda, S., & Pandey, S. C. (2017). Binge watching and college students: Motivations and outcomes. *Young Consumers*, 18(4), 425–438. <https://doi.org/10.1108/YC-07-2017-00707>
- Pestana, M. H. & Gageiro, J. N. (2008). *Análise de dados para as Ciências Sociais: A Complementaridade do SPSS*. (5th ed.). Lisboa: Edições Sílabo.
- Pelletier, L.G.; Boivin, M.; Alain, M. (2000). “Les plans de recherche corrélacionaux”, in R.J. Vallerand et U. Hess, *Méthodes de recherche en psychologie*, Montréal, Gaëtan Morin Editeur.
- Peters, M. A., Deressa, W., Sarker, M., Sharma, N., Owoaje, E., Ahmad, R. A., ... Alonge, O. (2020). Sampling method for surveying complex and multi-institutional partnerships: lessons from the Global Polio Eradication Initiative. *BMC Public Health*, 20(S2), 1197. <https://doi.org/10.1186/s12889-020-08592-x>

- Pittman, M., & Sheehan, K. (2015). Sprinting a media marathon: Uses and gratifications of binge-watching television through Netflix. *First Monday*, 20(10). <https://doi.org/10.5210/fm.v20i10.6138>
- Rafiee, S., & Chehrei, S. (2016). The relationship between perceived parenting styles and loneliness in students. *Asian Social Science*, 12(9), 230-235.
<https://doi.org/10.5539/ass.v12n9p230>
- Reelgood. (September 17, 2019). Number of movies and television shows available on selected SVOD services in the United States in 2019 [Graph]. In Statista. Retrieved June 08, 2020, from <https://www.statista.com/statistics/1060559/movies-tv-shows-number-svod-platforms-us/>.
- Richardson, T., Elliott, P., & Roberts, R. (2017). Relationship between loneliness and mental health in students. *Journal of Public Mental Health*, 16(2). <https://doi.org/10.1108/JPMH-03-2016-0013>
- Riddle, K., Peebles, A., Davis, C., Xu, F., & Schroeder, E. (2018). The addictive potential of television binge watching: Comparing intentional and unintentional binges. *Psychology of Popular Media Culture*, 7(4), 589–604. <https://doi.org/10.1037/ppm0000167>
- Rosaen, S. F., & Dibble, J. L. (2017). The impact of viewer perceptions of media personae and viewer characteristics on the strength, enjoyment, and satisfaction of parasocial relationships. *Communication Studies*, 68(1), 1–21.
<https://doi.org/10.1080/10510974.2016.1240701>

- Rubenking, B., Bracken, C. C., Sandoval, J., & Rister, A. (2018). Defining new viewing behaviours: What makes and motivates TV binge-watching? *International Journal of Digital Television*, 9(1), 69–85. https://doi.org/10.1386/jdtv.9.1.69_1
- Russell, D., Peplau, L. A., & Cutrona, C. E. (1980). The revised UCLA Loneliness Scale: Concurrent and discriminant validity evidence. *Journal of Personality and Social Psychology*, 39(3), 472–480. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.39.3.472>
- Russell, D. W. (1996). UCLA Loneliness Scale (Version 3): Reliability, validity, and factor structure. *Journal of Personality Assessment*, 66(1), 20–40. https://doi.org/10.1207/s15327752jpa6601_2
- Saygin, Y., Akdeniz, S., & Deniz, M. E. (2015). Loneliness and interpersonal problem solving as predictors of subjective well-being. *International Journal of Information and Education Technology*, 5(1), 32-35. <https://doi.org/10.7763/IJiet.2015.V5.471>
- Schoenmakers, E. C., van Tilburg, T. G., & Fokkema, T. (2015). Problem-focused and emotion-focused coping options and loneliness: How are they related? *European Journal of Ageing*, 12(2), 153–161. <https://doi.org/10.1007/s10433-015-0336-1>
- Schweidel, D. A., & Moe, W. W. (2016). Binge Watching and Advertising. *Journal of Marketing*, 80(5), 1-19. <https://doi.org/10.1509/jm.15.0258>
- Seo, H., Erba, J., Altschwager, D., & Geana, M. (2019). Evidence-based digital literacy class for older, low-income African-American adults. *Journal of Applied Communication Research*, 1-23. <https://doi.org/10.1080/00909882.2019.1587176>
- Shim, H., & Kim, K. J. (2018). An exploration of the motivations for binge-watching and the role of individual differences. *Computers in Human Behavior*, 82, 94–100. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.12.032>

- Starosta, J., Izydorczyk, B., & Lizin'czyk, S. (2019). Characteristics of people's binge-watching behavior in the "entering into early adulthood" period of life. *Health Psychology Report, 7*(2), 149–164. <https://doi.org/10.5114/hpr.2019.83025>
- Steiner, E., & Xu, K. (2020). Binge-watching motivates change: Uses and gratifications of streaming video viewers challenge traditional TV research. *Convergence, 26*(1), 82–101. <https://doi.org/10.1177/1354856517750365>
- Tukachinsky, Riva and Eyal, Keren (2018) The Psychology of Marathon Television Viewing: Antecedents and Viewer Involvement. *Mass Communication and Society 21*(3), 275-295. <https://doi.org/10.1080/15205436.2017.1422765>
- Vaterlaus, J. M., Spruance, L. A., Frantz, K., & Kruger, J. S. (2019). College student television binge watching: Conceptualization, gratifications, and perceived consequences. *The Social Science Journal, 56*(4), 470–479. <https://doi.org/10.1016/j.sosci.2018.10.004>
- Vecchiato, G., Cherubino, P., Giulio Maglione, A., Kong, W., Hu, S., Wei, D., ... Babiloni, F. (2012). Comparison of cognitive and emotional cerebral variables in Eastern subjects watching TV advertisements: a case study. *International Journal of Bioelectromagnetism, 14*(3), 127–132.
- Walton-Pattison, E., Dombrowski, S. U., & Presseau, J. (2016). 'Just one more episode': Frequency and theoretical correlates of television binge watching. *Journal of Health Psychology, 23*(1), 17–24. <https://doi.org/10.1177/1359105316643379>
- Zhao, J., Song, F., Chen, Q., Li, M., Wang, Y., & Kong, F. (2018). Linking shyness to loneliness in Chinese adolescents: The mediating role of core self-evaluation and

social support. *Personality and Individual Differences*, 125, 140-144.

<https://doi.org/10.1016/j.paid.2018.01.007>

ANEXOS

Anexo A- Autorização dos autores



Beatriz Beleza Vaz

Sex, 18/06/2021 22:48

Para: fneto@fpce.up.pt

Excelentíssimo Professor Doutor Félix Neto,

Sou estudante do Mestrado em Psicologia Clínica e da Saúde da Universidade Católica Portuguesa, Centro Regional de Braga e, no seguimento de uma investigação em prol da unidade curricular: Metodologias Avançadas de Investigação II, venho por este meio pedir a sua autorização para a aplicação da Escala de Solidão da UCLA, que foi adaptada por vossa excelência à população portuguesa.

Grata pela atenção dispensada.

Com os melhores cumprimentos,
Maria Beatriz Vaz

[Responder](#) | [Encaminhar](#)





Félix Neto <fneto@fpce.up.pt>

Seg, 21/06/2021 10:43

Para: Você



Bom dia Maria Vaz

Nada a opor quanto à utilização da escala da UCLA na sua investigação. Anexo a escala.

Saudações académicas

Félix Neto

Anexo B- Consentimento Informado

A participação é de caráter voluntário. Os dados recolhidos e respetivos resultados serão anónimos e confidenciais, utilizados estritamente para análise no estudo em questão. É livre de desistir da investigação a qualquer momento, bastando para tal deixar de responder e sair do questionário, pois os dados só serão processados/guardados no final ao clicar em "submeter". Para responder ao seguinte questionário, tem que seleccionar "concordo" para avançar.

Anexo C- Questionário Sociodemográfico

Sexo	Masculino	0
	Feminino	1
Idade	18-28	0
	29-39	1
	40-50	2
	50-60	3
	>60	4
Estatuto Profissional	Estudante	0
	Trabalhador Ativo	1
	Desempregado	2
	Reformado	3

Estado civil		
Solteiro, sem relação de namoro	0	
Solteiro, mas numa relação de namoro	1	
Casado ou União de facto	2	
Divorciado/Separado	3	
Viúvo	4	

Anexo D- Questionário Relativo ao Visionamento de Séries

Que tipo de séries mais vê?	Ação	Sim	0
		Não	1
	Drama	Sim	0
		Não	1
	Terror	Sim	0
		Não	1
	Comédia	Sim	0
		Não	1
	Ficção Científica e fantasia	Sim	0
		Não	1
	Romance	Sim	0
		Não	1
	Séries documentais	Sim	0
		Não	1

Prefere séries:	Tranquilizadoras(calmas; relaxantes)	Sim	0
		Não	1
	Estimuladoras(violência; ação)	Sim	0
		Não	1

Anexo E- Watching TV Series Motives Questionnaire

Instruction: You are going to be presented with a series of statements. For each statement, please choose how much you can or cannot relate to them.

1. I watch TV series not to be out of touch, because most of my friends do it.
2. I watch TV series to feel strong emotions like the excitement or the thrill they give me.
3. I watch TV series to discover whole new worlds and to increase my knowledge on a number of subjects.
4. I watch TV series to pass the time and escape from boredom.
5. I watch TV series because I know I'll have a good time if I get carried away by the story.
6. I watch TV series to relieve stress, anxiety or negative emotions.
7. I watch TV series to learn or familiarise

Instrução: Nesta secção irá ser exposto a uma série de declarações. Para cada afirmação, escolha o quanto se relaciona com as mesmas (de 1 – De modo nenhum a 4 – Em grande medida).

1. Vejo séries televisivas para não perder o contacto, porque a maioria dos meus amigos o faz.
2. Vejo séries televisivas para sentir emoções fortes como a excitação ou euforia que elas me proporcionam.
3. Vejo séries televisivas para descobrir novos mundos e para aumentar o meu conhecimento acerca de alguns assuntos.
4. Vejo séries televisivas para passar o tempo e escapar ao tédio.
5. Vejo séries televisivas porque sei que me vou divertir se me deixar levar pela história.
6. Vejo séries televisivas para aliviar o stress, ansiedade ou emoções negativas.
7. Vejo séries televisivas para aprender ou para me familiarizar com

- myself with a new language
8. I watch TV series to get attached to characters and feel joy watching them in each episode.
9. I watch TV series in order to feel like I am floating in a secondary state for a while.
10. I watch TV series to relate to others more easily, because TV series give me something to discuss.
11. I watch TV series to get away from the daily hassles.
12. I watch TV series because they give me food for thought on a number of subjects.
13. I watch TV series because I bow to my close circle's pressure when they advise me to watch a given series.
14. I watch TV series to extend my audiovisual knowledge.
15. I watch TV series in the hopes of feeling again the elation I felt watching another TV series previously.
16. I watch TV series to escape the routine.
17. I watch TV series to overcome loneliness.
18. I watch TV series to be captivated and experience extraordinary adventures by proxy.
19. I watch TV series to develop my
- um novo idioma.
8. Vejo séries televisivas para me afeiçoar às personagens e sentir alegria ao vê-las em cada episódio.
9. Vejo séries televisivas para sentir que estou noutra dimensão durante algum tempo.
10. Vejo séries televisivas para me relacionar com os outros mais facilmente, porque as séries dão-me algo sobre o que falar ou discutir.
11. Vejo séries televisivas para me livrar dos problemas diários.
12. Vejo séries televisivas porque elas me dão o que pensar sobre alguns assuntos.
13. Vejo séries televisivas porque cedo à pressão do meu círculo íntimo quando me aconselham a ver uma determinada série.
14. Vejo séries televisivas para ampliar o meu conhecimento audiovisual.
15. Vejo séries televisivas na esperança de sentir, novamente, a euforia que senti a ver uma série anterior.
16. Vejo séries televisivas para fugir à rotina.
17. Vejo séries televisivas para ultrapassar a solidão.
18. Vejo séries televisivas para ser cativado e experienciar aventuras extraordinárias por procura.
19. Vejo séries televisivas para desenvolver a minha personalidade e

personality and broaden my views.

20. I watch TV series to escape a number of responsibilities.

21. I watch TV series to feel valued in others' eyes thanks of the extent of my knowledge on the subject.

22. I watch TV series to escape reality and seek shelter in fictional worlds.

Coping/Escape: 4; 6; 9; 11; 16; 17; 20; 22

Enrichment: 3; 7; 12; 14; 19

Emotional enhancement: 2; 5; 8; 15; 18

Social: 1; 10; 13; 21

1 Not at all

2 Very little

3 Somewhat

4 To a great extent

ampliar as minhas perspetivas.

20. Vejo séries televisivas para escapar a algumas responsabilidades.

21. Vejo séries televisivas para me sentir valorizado aos olhos dos outros graças ao meu conhecimento sobre o assunto.

22. Vejo séries televisivas para fugir à realidade e procurar conforto no mundo ficcional.

Coping/Escape: 4; 6; 9; 11; 16; 17; 20; 22

Enriquecimento: 3; 7; 12; 14; 19

Aperfeiçoamento Emocional: 2; 5; 8; 15; 18

Social: 1; 10; 13; 21

1 De modo nenhum

2 Muito pouco

3 Um pouco

4 Em grande medida

Anexo F- Escala de Solidão da UCLA

Instrução: Nesta seção irá ser exposto a uma série de declarações.

Para cada afirmação, que tem como finalidade avaliar o nível de solidão, escolha (de 1- Nunca a 4- Muitas Vezes)

1. Sinto-me em sintonia com as pessoas que estão à minha volta.
 2. Sinto falta de camaradagem.
 3. Não há ninguém a quem possa recorrer.
 4. Sinto que faço parte de um grupo de amigos.
 5. Tenho muito em comum com as pessoas que me rodeiam.
 6. Já não sinto mais intimidade com ninguém.
 7. Os meus interesses e ideias não são partilhados por aqueles que me rodeiam.
 8. Sou uma pessoa voltada para fora.
 9. Há pessoas a quem me sinto chegado.
 10. Sinto-me excluído.
 11. Ninguém me conhece realmente bem.
 12. Sinto-me isolado dos outros.
 13. Consigo encontrar camaradagem quando quero.
 14. Há pessoas que me compreendem realmente.
 15. Sou infeliz por ser tão retraído.
 16. As pessoas estão à minha volta mas não estão comigo.
 17. Há pessoas com quem consigo falar.
 18. Há pessoas a quem posso recorrer.
-
- 1 Nunca
 - 2 Raramente
 - 3 Algumas Vezes
 - 4 Muitas Vezes