



UNIVERSIDADE CATÓLICA PORTUGUESA

Usos, Consumos e Práticas Mediáticas dos jovens: um estudo exploratório

Dissertação apresentada à Universidade Católica Portuguesa para obtenção  
do grau de mestre em Ciências da Comunicação na especialidade de  
Comunicação, Marketing e Publicidade

Por

Margarida Paiva Soares Ferreira

Faculdade de Ciências Humanas

Fevereiro de 2014



UNIVERSIDADE CATÓLICA PORTUGUESA

Usos, Consumos e Práticas Mediáticas dos jovens: um estudo exploratório

Dissertação apresentada à Universidade Católica Portuguesa para obtenção  
do grau de mestre em Ciências da Comunicação na especialidade de  
Comunicação, Marketing e Publicidade

Por

Margarida Paiva Soares Ferreira

Faculdade de Ciências Humanas

Sob Orientação de Professora Doutora Rita Figueiras

Fevereiro de 2014

## **Resumo**

Esta Dissertação apresenta uma análise que pretende compreender as alterações de sentido e práticas no uso dos meios de comunicação aquando de mudanças nos estados emocionais nos jovens. Para isso, optou-se por uma abordagem qualitativa de cariz exploratório através da aplicação de entrevistas individuais, em profundidade e semidirectivas. Da análise e interpretação das práticas, sentidos e significados que os média têm na vida dos entrevistados em diferentes contextos, concluiu-se que existe uma modificação na forma como os jovens se relacionam (usam e consomem) com os meios de comunicação quando o seu estado emocional se altera. Em estados emocionais de bem-estar, as alterações de práticas verificam-se essencialmente por necessidades de entretenimento e lazer e/ou de aproximação às pessoas, e em estados emocionais depressivos as práticas mediáticas ganham destaque por necessidade de distração/evasão e de distanciamento relativamente a outras pessoas. Concluiu-se igualmente que um mesmo meio encerra em si uma pluralidade de sentidos para diferentes indivíduos em estados emocionais semelhantes, mas também para um mesmo sujeito em estados emocionais distintos.

**Palavras-chave:** Teoria da Prática dos Média, Usos e Consumos, Estados Emocionais, Jovens

## **Abstract**

This Master Thesis presents an analysis that aims to understand the changes of media practices and meanings at the time of changes in emotional states of young people. To do this, we chose a qualitative approach of exploratory nature by applying individual, in-depth and semi directive interviews. From the analysis and interpretation of practices and meanings that the media have on the interviewees' lives in different contexts, it is concluded that there is a change in the way young people relate themselves (use and consume) with the media when there is a change in their emotional states. In emotional state of well-being, changes in practices occur mainly by entertainment and leisure needs and/or by the need to be closer to people; in depressive emotional state the media practices are highlighted by the need of distraction/escape and by the need of distancing others. It was also concluded that the same medium encloses itself a plurality of meanings for different individuals in similar emotional states, but also to the same individual in different emotional states.

**Key-Words:** Media Practice Theory, Uses and Consumption, Emotional States, Young People

## **Agradecimentos**

À Professora Doutora Rita Figueiras, minha orientadora, pelas suas contribuições ao longo de todo o trabalho, pelo incentivo e entusiasmo constantes para que agarrasse e desse continuidade a este desafio e pela sua paciência inesgotável.

A todos os meus Professores da Faculdade de Ciências Humanas que acompanharam todo o meu percurso académico e que, ao longo dos anos, através da sua disponibilidade, entrega e sabedoria contribuíram para que conseguisse adquirir os conhecimentos necessários para a realização deste trabalho.

A todos os entrevistados cujo contributo foi indispensável ao bom desenvolvimento do trabalho.

A toda a minha família, em especial à minha mãe e irmã, por acreditarem em mim, por todo o apoio que me deram ao longo do tempo, pela força e presença constantes que me ajudaram a ultrapassar os momentos mais difíceis com confiança.

Ao Manuel, pela contínua motivação, pelo seu amor e carinho, e pela enorme paciência ao longo dos últimos meses.

A todos os meus amigos, por todas as palavras de força e incentivo, em especial à Mónica pelo seu apoio incondicional numa das fases mais determinantes deste trabalho.

A todos vocês, manifesto o meu profundo agradecimento.

# Índice

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>1</b>
<b>PARTE I.....</b>	<b>8</b>
<b>1. Teoria da Prática dos Média .....</b>	<b>9</b>
1.1 A Evolução dos Estudos dos Efeitos.....	9
1.2 Teoria da Prática na Teoria Social.....	16
1.3 Teoria da Prática dos Média.....	22
1.4 Mark Deuze e o conceito de <i>Media Life</i> .....	40
<b>PARTE II .....</b>	<b>45</b>
<b>1. Metodologia.....</b>	<b>46</b>
1.1 Pesquisa Qualitativa .....	46
1.2 Método de Recolha de Dados .....	47
1.2.1 Elaboração da Entrevista .....	48
1.3 População de Estudo.....	49
1.4 Análise de Entrevistas .....	49
<b>2. Análise de Entrevistas.....</b>	<b>51</b>
2.1 Percurso de Vida com os Média .....	51
2.2 Uso dos Média Actualmente.....	53
2.3 Alteração de Estados Emocionais e o Uso dos Média.....	58
<b>3. Discussão de Resultados .....</b>	<b>66</b>
<b>CONCLUSÃO.....</b>	<b>75</b>
<b>BIBLIOGRAFIA .....</b>	<b>80</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>84</b>
<b>Anexo A – Guião da Entrevista.....</b>	<b>85</b>
<b>Anexo B - Levantamento de Informação: História de Vida com os Média .....</b>	<b>89</b>

## Introdução

A teorização sobre o uso que as pessoas fazem dos meios de comunicação tem vindo a alterar-se ao longo do tempo, reflectindo-se em diferentes perspectivas e abordagens que focam diversos aspectos sobre este fenómeno. Actualmente, devido ao rápido desenvolvimento tecnológico, as sociedades vivem imersas nos média e tudo o que os indivíduos fazem está interligado aos meios de comunicação (Deuze, 2012). Neste contexto, têm surgido, nas últimas décadas, novas perspectivas no debate teórico sobre a relação e interligação entre meios de comunicação e a vida dos indivíduos.

Couldry (2006) considera que a *prática* é o único conceito suficientemente amplo para compreender a questão sobre os efeitos dos meios de comunicação e, por isso, desenvolveu um novo paradigma que se baseia na Teoria da Prática e pretende analisar e compreender as práticas de uso e consumo dos média enquanto práticas que influenciam e são influenciadas por outras práticas sociais. Para o autor, esta abordagem é mais aberta e inclusiva que as anteriores, uma vez que se interessa pelas acções que estão directamente orientadas para os média, pelas acções que envolvam os média, sem que tenham necessariamente os média como seu objectivo ou objecto, e pelas acções cuja possibilidade seja condicionada pela prévia existência, presença ou funcionamento dos média.

É a partir desta perspectiva que se desenvolve a presente investigação, que se insere no âmbito do projecto em curso "Laço Social, Depressão e os Média" da linha de investigação Média, Tecnologias e Contextos do Centro de Estudos de Comunicação e Cultura (CECC) da Universidade Católica Portuguesa.

Desta forma, no domínio dos objectivos (Maxwell, 1999) que presidem à elaboração desta investigação, distinguimos os objectivos pessoais, que passam pelo desejo de aprofundar o estudo sobre os sentidos e significados que os meios de comunicação têm na vida dos indivíduos em diferentes contextos, e os objectivos práticos que se traduzem na obtenção do grau de Mestre em Ciências da Comunicação e possível prossecução dos estudos para Doutoramento.

O principal objectivo de pesquisa desta investigação é compreender as alterações de práticas no uso dos meios de comunicação aquando de mudanças de estados emocionais nos jovens.

Para que pudéssemos ter, ao longo do trabalho, um fio condutor que nos orientasse quer na nossa pesquisa, quer nas conclusões a que poderíamos chegar, elaborámos uma

questão de partida: “De que forma é que os jovens (18-35 anos) se relacionam com os média aquando de alterações nos seus estados emocionais?”

Neste sentido, pretendemos, por um lado, compreender o uso e consumo que os jovens fazem dos meios de comunicação enquanto práticas que se interligam com outras práticas sociais; e, por outro lado, compreender se existe uma alteração dessas práticas aquando de uma mudança no seu contexto sociopsicológico, isto é, se existem quaisquer alterações dessas práticas aquando de uma mudança para um estado emocional depressivo e para um estado emocional de bem-estar.

Apesar de esta não ser uma área que se insira nas ciências da comunicação, mas sim na psicologia, dada a interdisciplinaridade que caracteriza os estudos dos média, é possível estabelecer relações de interligação entre estes dois diversos campos de investigação. Desta forma, para compreendermos a alteração de estados emocionais, é necessário definir o que são emoções e de que forma estas podem sofrer alterações, realçando as consequências sociais para os indivíduos a que essas alterações podem levar.

Não existe um conceito único de emoção e, ao longo do tempo, este tem sido um tema discutido entre os especialistas da área com alguma controvérsia. “Dada a magnitude dos temas ligados à emoção e ao sentimento, poder-se-ia esperar que tanto a filosofia como as ciências da mente e do cérebro se tivessem dedicado ao seu estudo. Surpreendentemente, só agora isso começa a acontecer.” (Damásio, 1999: 58)

Goleman defende que o conceito de emoção se refere a “um sentimento e aos raciocínios daí derivados, estados psicológicos e biológicos, e o leque de propensões para a acção.” (1997: 310). Estas propensões e impulsos para agir advêm da necessidade de adaptação ao tipo de vida imposta pela evolução. Como o autor refere, a própria origem da palavra emoção remete para a acção, uma vez que se decompõe em “*motere*, o verbo latino «mover», mais o prefixo «e-» para dar «mover para» (...).” (Goleman, 1997: 28).

Por seu lado, António Damásio considera que “as emoções são processos biologicamente determinados, dependentes de dispositivos cerebrais estabelecidos de forma inata e sedimentados por uma longa história evolucionária.” (Damásio, 1999: 72), aproximando-se de Goleman (1997) no que diz respeito aos processos biológicos que caracterizam este conceito e à questão da evolução humana na estabilização destes processos.

Relativamente aos tipos de emoções existentes, os dois autores consideram que existe um número elevado de diferentes emoções. No entanto, têm perspectivas distintas quanto à sua forma de agrupação: Goleman (1997) apoia-se na perspectiva de outros autores que propõem a existência de famílias básicas de emoções (Ira, Tristeza, Medo, Prazer, Amor, Surpresa, Aversão e Vergonha) das quais derivam outras emoções; Damásio (1999) propõe a existência de três tipos de emoções – as emoções primárias ou universais (alegria, tristeza, medo, cólera, surpresa ou aversão), as emoções secundárias ou sociais (vergonha, ciúme, culpa ou orgulho) e as emoções de fundo (bem-estar, mal-estar, calma ou tensão).

As emoções podem igualmente variar quanto à sua duração no tempo: existem emoções que surgem rapidamente, têm um pico de intensidade e têm um declínio igualmente rápido, que são definidas por Damásio (1999) como emoções de “explosão” (como a cólera, o medo, a surpresa ou a aversão); e existem as emoções que surgem de indutores internos e prolongam-se mais no tempo, a que o autor chama emoções de “onda” (como algum tipo de tristeza, ou as emoções de fundo). Quando as emoções se tornam muito frequentes e contínuas no tempo, Damásio considera que devem ser referidas como “humores”:

“Quando os estados emocionais tendem a tornar-se razoavelmente frequentes ou até contínuos ao longo do tempo, é preferível referirmo-nos a eles como *humores* e não como emoções. (...) Os humores podem ser patológicos, e nesse caso fala-se de alterações de humor. A depressão e a mania são os exemplos típicos. (...) Porque os humores são emoções arrastadas, acompanhadas pelos consequentes sentimentos, transportam através do tempo os conjuntos de respostas que caracterizam as emoções (...)” (Damásio, 1999: 388).

Nesta perspectiva, Goleman (1997) também reflecte sobre a variação no tempo das emoções, realçando a diferenciação entre: os “estados de espírito”, que são mais moderados e duram mais no tempo do que as emoções; os “temperamentos”, que interligam as emoções e os estados de espírito; e, por fim, as “doenças emocionais”, como a depressão ou ansiedade que perduram num longo período de tempo.

Como referido anteriormente, os dois autores consideram as emoções enquanto processos biológicos, que apesar de poderem ser, em certa medida, influenciados pela

nossa experiência e pela nossa cultura, são comuns a todos os indivíduos e manifestam-se da mesma forma. Damásio considera que a função biológica das emoções é dupla: “A primeira função consiste na produção de uma reacção específica para a situação indutora. (...) A segunda função é a regulação do estado interno do organismo, de tal modo que este possa estar preparado para essa reacção específica.” (Damásio, 1999: 75). Goleman confirma esta perspectiva, realçando que as investigações actuais permitem conhecer as modificações biológicas, ou os “pormenores fisiológicos de como cada emoção prepara o corpo para um tipo de resposta muito diferente.” (Goleman, 1997: 28).

Partindo desta análise, e uma vez que pretendemos compreender as alterações de práticas de uso dos meios de comunicação aquando da alteração de estados emocionais estáveis para estados de bem-estar e para estados depressivos, interessa para a nossa investigação, compreender os conceitos de bem-estar e de depressão.

De acordo com Damásio, o bem-estar enquadra-se nas emoções de fundo uma vez que é gerado “por processos fisiológicos em curso ou por interacções do organismo com o meio ambiente, ou por ambas (...)” (Damásio, 1999: 73). Nestas emoções, “as respostas constitutivas estão mais próximas do núcleo interior da vida e o seu alvo é mais interno do que externo.” (Damásio, 1999: 73). Relativamente às alterações biológicas provocadas pelo bem-estar, Goleman considera que existe “uma actividade acrescida de um centro do cérebro que inibe os sentimentos negativos e favorece um aumento da energia disponível, bem como um acalmar daqueles que geram pensamentos de preocupação.” (Goleman, 1997: 28). No entanto, não se verifica nenhuma alteração fisiológica notável a não ser uma tranquilidade geral que desenvolve uma maior “disponibilidade e (...) entusiasmo para desempenhar tarefas e perseguir uma grande variedade de objectivos.” (Goleman, 1997: 28).

De acordo com o Relatório Mundial de Felicidade de 2013, realizado pela Universidade de Columbia para a ONU, a felicidade é “uma aspiração de qualquer ser humano e pode ser uma medida de progresso social”, e o bem-estar deve ser um “componente crítico para a forma como o mundo mede o seu desenvolvimento económico e social”. Este relatório também revela relativamente às consequências de emoções ou estados emocionais de bem-estar que “as pessoas que estão emocionalmente mais felizes, que têm vidas mais satisfatórias e que vivem comunidades mais felizes, têm maior probabilidade, agora ou mais tarde, de serem mais saudáveis, produtivas e sociais.” Em

2013, Portugal teve neste relatório uma avaliação média de felicidade de 5,1, um valor inferior relativamente ao ano passado.

Quanto à depressão, segundo a perspectiva de Damásio, é uma alteração de humor que se prolonga no tempo e que se manifesta de uma forma específica: “estamos deprimidos quando a emoção-tristeza se arrasta durante dias, semanas, e meses a fio, quando pensamentos melancólicos, choro e perda de apetite, sono e energia não são apenas uma manifestação repentina mas um permanente modo de ser, físico e mental.” (Damásio, 1999: 388). Para Goleman, a depressão é considerada uma doença emocional que perdura num longo período de tempo e que prolonga as modificações biológicas provocadas pela tristeza: “A tristeza acarreta uma quebra de energia e do entusiasmo pelas actividades da vida, sobretudo diversões e prazeres e à medida que se acentua e se aproxima da depressão abranda o metabolismo do corpo.” (Goleman, 1997: 29). A Organização Mundial de Saúde (OMS) (2012) define depressão como “um transtorno mental comum, caracterizado por tristeza, perda de interesse ou prazer, sentimentos de culpa ou baixa autoestima, distúrbios do sono ou do apetite, sensação de cansaço e falta de concentração”. Quanto à sua duração e consequências, a OMS considera que “a depressão pode ser de longa duração ou periódica, prejudicando substancialmente a capacidade de um indivíduo funcionar no trabalho ou na escola, ou de encarar a vida quotidiana. Na sua forma mais grave, a depressão pode levar ao suicídio.” Estatisticamente, a OMS revela existem “pelo menos 350 milhões de pessoas deprimidas” no mundo e, “por ano, quase um milhão de pessoas comete suicídio”.

Em Portugal, existe “uma das mais elevadas prevalências de doenças mentais da Europa” (Programa Nacional Para a Saúde Mental, Março de 2012), sendo que a depressão representa uma parte significativa: “Portugal é o país da Europa com maior taxa de depressão e o segundo maior do mundo” (Diário de Notícias, Setembro de 2011).

De acordo com os dados do Ministério da Saúde de 2006, “um em cada cinco utentes dos cuidados de saúde primários portugueses encontra-se deprimido no momento da consulta” (Portal da Saúde, Janeiro de 2006).

Estes números poderão ser agravados pelo actual contexto social e financeiro do país: “A crise financeira que vivemos no momento presente, vai seguramente levar a um aumento da prevalência de algumas doenças mentais e de muitos problemas de saúde

mental e será altamente possível que a taxa de suicídio aumente em alguns sectores da população.” (Programa Nacional Para a Saúde Mental, Março de 2012).

Neste sentido, esta investigação tem uma evidente actualidade e pertinência para a academia, uma vez que, por um lado, se baseia na vertente teórica sobre as práticas de uso e consumo de meios de comunicação que tem estado em desenvolvimento nas últimas décadas e, por outro lado, relaciona esta vertente teórica com a psicologia, nomeadamente, com a alteração de estados emocionais. Esta relação ainda está pouco explorada na literatura, bem como a sua evidência empírica e, por isso, a presente investigação pretende ser um contributo para o desenvolvimento no estudo dos média. Também o actual debate em torno do aumento do número de pessoas com depressão, como revelam os dados acima mencionados, reforça a pertinência de estudar a alteração de práticas de uso e consumo dos média aquando de mudanças nos estados emocionais.

Para responder ao principal objectivo a que nos propusemos nesta investigação, optou-se por uma abordagem qualitativa de cariz exploratório. Neste sentido, o método escolhido foi a entrevista individual, em profundidade, semidirectiva. O tratamento das entrevistas será realizado através da análise e interpretação das práticas, sentidos e significados que os média têm na vida dos entrevistados em diferentes contextos. Por se tratar de um estudo de natureza exploratória, as suas conclusões não podem ser generalizadas, pretendendo-se abrir espaço para uma investigação mais alargada e abrangente no futuro.

Não obstante, independentemente da sua natureza (quantitativa ou qualitativa), qualquer investigação científica é orientada por um determinado paradigma. O paradigma adoptado por cada investigador determina a compreensão da natureza da realidade estudada, o seu posicionamento face a essa realidade, e qual a metodologia a ser utilizada para a observação dessa realidade (Guba e Lincoln, 1994). Dos paradigmas que orientam a compreensão da realidade social propõe-se que esta investigação assuma um posicionamento interpretativista.

O interpretativismo tem como pressuposto ontológico a natureza subjectiva da realidade social, encarando a realidade como multifacetada. O objectivo da criação de conhecimento na corrente interpretativista é compreender significados, e sua a natureza parte da interpretação de acontecimentos. Na corrente interpretativista, a acumulação do conhecimento é feita através de novos significados e interpretações acrescentados ao

conjunto partilhado pela comunidade e o seu papel é interpretar a acção humana (Schwandt, 1994).

Desta forma, pretendemos compreender os significados que os actores sociais atribuem ao uso dos média em estados emocionais distintos, e, por isso, a natureza desta investigação parte da nossa interpretação, criada com base nas percepções expressadas pelos participantes, sobre a alteração de práticas de consumo dos média nestes contextos.

Relativamente à estrutura desta investigação, no Capítulo I começaremos por apresentar o contexto teórico e conceptual, que parte da escolha das leituras mais adequadas para a compreensão do tema. Iniciaremos este capítulo apresentando um breve enquadramento histórico e teórico do tema através da revisão dos principais modelos e paradigmas desenvolvidos ao longo do tempo sobre os efeitos dos meios de comunicação na sociedade. De seguida, desenvolveremos a Teoria da Prática dos Média, incidindo sobre o trabalho desenvolvido por Nick Couldry, base teórica desta investigação. Por fim, apresentaremos a perspectiva de Mark Deuze que enquadra teoricamente o papel dos média nas sociedades contemporâneas.

A Metodologia de investigação empírica será descrita no Capítulo II, onde contextualizaremos teoricamente a pesquisa qualitativa e identificaremos o método de recolha de dados escolhido, bem como qual a nossa População de Referência.

No Capítulo III faremos a análise de entrevistas através do levantamento das informações mais relevantes para responder ao objectivo desta investigação. Este capítulo incidirá essencialmente nas respostas obtidas através das entrevistas realizadas de forma a compreendermos aprofundadamente todas as suas práticas associadas ao uso e consumo de meios de comunicação.

O Capítulo IV diz respeito à discussão de resultados que se desenvolve a partir da análise das entrevistas à luz da teoria existente. Neste capítulo, faremos a análise e interpretação das práticas, sentidos e significados que os média têm na vida dos entrevistados num contexto de mudança de estado emocional.

Por fim, apresentaremos as principais conclusões e pistas para futuras investigações.

# **PARTE I**

**A Teoria da Prática dos Média**

# **1. Teoria da Prática dos Média**

## **1.1 A Evolução dos Estudos dos Efeitos**

A compreensão e conceptualização do uso que as pessoas fazem dos meios de comunicação não é linear e advém de um conjunto de teorias, que vão sendo formuladas paralelamente ao desenvolvimento dos média e que integram as Ciências da Comunicação. Uma das vertentes que contribuiu para estes estudos, levada a cabo principalmente por investigadores americanos, analisa os efeitos que os meios de comunicação de massa têm sobre as audiências.

Este subcapítulo pretende fazer uma revisão das teorias e paradigmas sobre os efeitos dos meios de comunicação de massa ao longo do tempo, desenvolvidos para conceptualizar e explicar o processo comunicativo entre os meios de comunicação e a sociedade ou os indivíduos. A revisão aqui apresentada não será exaustiva, uma vez que, ainda que este seja um tema relevante no quadro desta dissertação, não é central tendo em conta os objectivos de investigação anteriormente apresentados.

Desta forma, o principal objectivo deste levantamento é compreender de que forma evoluíram estas teorias e paradigmas, elaborando um contexto historicamente relevante para enquadrar e compreender o recente paradigma da Teoria da Prática dos Média, objecto de estudo do nosso trabalho.

Começaremos por rever as perspectivas que analisam os média como forças poderosas que têm efeitos directos sobre a audiência. De seguida, abordaremos as teorias desenvolvidas sobre os “efeitos limitados”, que consideram os média como facilitadores da interacção social. Apresentaremos também as perspectivas que defendem que os indivíduos usam os média para satisfazer necessidades psicológicas e sociais. E por fim, analisaremos as teorias desenvolvidas sobre os “efeitos a longo prazo”, que consideram que o poder dos média se centra na possibilidade de direccionar e condicionar a atenção dos indivíduos sobre determinados temas num determinado período de tempo.

A par destas teorias, desenvolveram-se outras igualmente importantes para o aprofundamento do estudo dos meios de comunicação. Nick Couldry (2003) considera que a abordagem teórica actual é fruto de cinco correntes de trabalho distintas: a Teoria das Comunicações de Massa Americana, o Comentário Crítico Marxista, a Análise Semiótica, a Pesquisa Crítica, e a Pesquisa Antropológica. Nesta investigação, optámos por nos cingir ao desenvolvimento da Teoria das Comunicações de Massa Americana e aos estudos sobre

os efeitos, por considerarmos que esta vertente representa o melhor contributo teórico para o enquadramento do nosso objecto de estudo.

### **Teoria Hipodérmica**

A Teoria Hipodérmica (ou das Balas Mágicas) desenvolve-se nos anos 20 e 30 nos Estados Unidos da América. Insere-se no contexto histórico do fim da Primeira Guerra Mundial e, simultaneamente, do desenvolvimento e difusão dos meios de comunicação de massa. Esta teoria explica o poder dos média na sociedade de massa, analisando os seus efeitos na perspectiva de que a audiência é manipulável.

Para compreender a Teoria Hipodérmica é necessário explicar o conceito de *sociedade de massa*. Este conceito tem diversas origens mas é possível entendê-lo através do trabalho desenvolvido por Herbert Blumer nos anos de 1940. Este autor afirma que a modernidade produziu uma nova forma social, a *massa*, que é caracterizada por pessoas díspares, alienadas, dispersas e que não têm vontade ou identidade colectiva. Blumer (1978) defende que as massas estão distantes das fontes de produção cultural e estão sujeitas à influência ou controlo de forças ou interesses externos, nomeadamente dos meios de comunicação. Desta forma, segundo a Teoria Hipodérmica, o indivíduo está isolado, sem quaisquer relações sociais, e reage isoladamente aos estímulos dos meios de comunicação de massa.

Por outro lado, esta teoria tem por base a teoria da acção, ou seja, defende que os meios de comunicação produzem estímulos que provocam sempre a mesma resposta, instantânea e inevitável, aplicando-se o modelo Estímulo-Resposta.

Em síntese, “a Teoria Hipodérmica é uma abordagem global aos mass media, indiferente à diversidade entre os vários meios e que responde sobretudo à interrogação: que efeito têm os mass media numa sociedade de massas?” (Wolf, 2009: 23)

### ***Mass Communication Research***

Esta abordagem começou a desenvolver-se nos anos de 1940 nos Estados Unidos da América. Reflecte sobre os média numa perspectiva empírico-experimental, através da análise dos efeitos produzidos em campanhas eleitorais, informativas, propagandísticas, publicitárias, entre outras. Partindo do modelo apresentado pela Teoria Hipodérmica, esta

teoria revê o processo comunicativo defendendo que existem determinados elementos que interferem na relação entre emissor, mensagem e destinatário.

O principal objectivo é compreender as variáveis que explicam os diferentes efeitos produzidos pelos meios de comunicação, que adquirem diferentes graus de importância para a audiência. Defende-se que tanto a absorção de informação por parte da audiência, como a possível persuasão por parte dos meios de comunicação são influenciadas por quatro factores inerentes à própria audiência: *o interesse em obter informação*, que diz respeito ao interesse e motivação da audiência em informar-se; *a exposição selectiva*, em que a audiência se expõe à informação que está mais de acordo com os seus valores e atitudes, verificando-se um reforço das opiniões previamente existentes; *a percepção selectiva*, que diz respeito à interpretação da mensagem, que adapta e transforma o significado da própria mensagem; e *a memorização selectiva*, que selecciona os elementos mais significativos para os destinatários a longo prazo (Wolf, 2009).

Assim, ao especificar a complexidade dos factores que intervêm no processo comunicativo, esta abordagem verifica que existe uma atenuação da inevitabilidade dos efeitos massivos. Por outro lado, defende que é possível aos meios de comunicação a influência e persuasão da audiência, se houver uma adaptação na estruturação das campanhas às características psicológicas do público, acima referidas.

### **O Modelo de Lasswell**

O Modelo de Lasswell foi desenvolvido em 1948 e baseia-se no efeito que o emissor produz para o receptor. Este modelo surge da necessidade de decompor o processo da comunicação para o compreender e pretende superar a Teoria Hipodérmica na sua aplicação empírica.

O modelo lasswelliano baseia-se na resposta às seguintes questões:

*Quem?*

*Diz o quê?*

*Através de que canal?*

*Com que efeito?*

A primeira variável diz respeito ao estudo do emissor, a segunda à análise do conteúdo, a terceira ao estudo do meio e a quarta variável diz respeito ao estudo e análise dos efeitos e da audiência.

Quanto aos processos comunicacionais de massas, Lasswell defende que esses processos são estritamente assimétricos, com um emissor activo e um receptor passivo, que reage aos estímulos produzidos; que a comunicação é intencional e tem por objectivo obter um efeito e gerar um comportamento; e que os papéis de comunicador e destinatário são isolados dos contextos envolventes (Wolf, 2009).

Este modelo serviu de base para o desenvolvimento de teorias e modelos posteriores sobre o estudo dos média, principalmente quanto à análise dos conteúdos e à análise dos efeitos:

“ (...) A maior parte da investigação sobre comunicação de massas seguiu implicitamente este modelo. O trabalho sobre as instituições e os seus processos, sobre os produtos de comunicação, sobre o público e a forma como ele é afectado, deriva claramente de um modelo linear baseado no processo.” (Fiske, 1998: 50)

### ***Two-Step-Flow***

O modelo *Two-Step-Flow*, desenvolvido por Katz e Lazarsfeld nos anos de 1950, insere-se na abordagem empírica de campo e tem como principal objectivo a análise dos efeitos dos meios de comunicação através da associação do processo comunicativo às características do contexto social em que estes processos se realizam.

“A ideia da audiência como uma massa de indivíduos separados entre si, apenas ligados pelos meios de comunicação, não é compatível com a proposta do «fluxo de comunicação em dois níveis», que implica o reconhecimento de redes de indivíduos interligados, através das quais a comunicação de massa é canalizada” (Katz, 2002: 61)

Esta teoria analisa a influência dos meios de comunicação nas pessoas e defende que as mensagens transmitidas pelos meios de comunicação não atingem directamente os indivíduos, mas são mediadas através dos líderes de opinião - fluxo de comunicação a dois níveis. Estes líderes não operam apenas verticalmente, mas também horizontalmente. “Os líderes de opinião constituem, assim, o sector da população – transversal no que respeita à estratificação socioeconómica – mais activo na participação política (...)” (Wolf, 2009: 52)

Katz e Lazarsfeld questionam o conceito de *massa*, composta por indivíduos alienados, propondo que a audiência consiste no conjunto de indivíduos envolvidos em redes sociais e de interacção complexas: “Para além de funcionarem como redes de

comunicação, as relações interpessoais constituem-se igualmente como fontes de pressão para a conformação dos indivíduos com as formas de pensar e de agir do grupo e como fontes de apoio social.” (Katz, 2002: 75).

Estes estudos demonstram de que forma os média funcionam como facilitadores da interação social e abrem a possibilidade de uma audiência mais activa e resistente ao poder dos média.

### **Usos e Gratificações**

A Teoria dos Usos e Gratificações foi desenvolvida nos anos de 1970 por Katz, Blumer e Gurevitch e insere-se no âmbito da teoria funcionalista das comunicações de massa. A abordagem funcionalista analisa os meios de comunicação globalmente e explicita as *funções* exercidas pelos meios de comunicação de massa na sociedade. Esta abordagem define a “problemática dos *mass média* a partir do ponto de vista da sociedade e do seu equilíbrio, da perspectiva do funcionamento do sistema social no seu conjunto e do contributo que as suas componentes (*mass média* incluídos) dão a esse funcionamento.” (Wolf, 2009: 63). Desta forma, o foco da análise deixa de ser o processo de comunicação em si, para passar a ser todo o sistema social onde os meios de comunicação actuam.

É a partir desta abordagem que se desenvolve a Teoria dos Usos e Gratificações que, como o próprio nome indica, pretende analisar os usos que os indivíduos fazem dos média e as gratificações que retiram desses usos, através da satisfação de determinadas necessidades. Se nas teorias e modelos anteriormente referidos se pretendia compreender o que os média fazem às pessoas, esta teoria introduz uma nova perspectiva e a questão passa a ser: “o que as pessoas fazem com os média?”.

Ao defender que a audiência usa os média para satisfazer necessidades psicológicas e sociais, esta teoria atribui à audiência um papel activo no processo comunicativo, uma vez que os meios de comunicação só serão eficazes se o receptor lhes atribuir essa eficácia na satisfação das suas necessidades.

São distinguidas cinco classes de necessidades que os média satisfazem:

- Necessidades Cognitivas (aquisição e reforço de conhecimentos e de compreensão)
- Necessidades Afectivas e Estéticas (reforço da experiência estética, emotiva)
- Necessidades de Integração a Nível de Personalidade (segurança, estabilidade emotiva, incremento da credibilidade e da posição social)

- Necessidades de Integração a Nível Social (reforço dos contactos interpessoais)
- Necessidades de Evasão (abrandamento das tensões e conflitos)

A aplicação prática desta teoria em estudos posteriores permitiu compreender que o tipo de necessidades que a utilização dos meios de comunicação satisfaz pode depender da particularidade de um acontecimento e, para além disso, os vários meios de comunicação podem ser mais ou menos adequados à satisfação de diversos tipos de necessidades (Wolf, 2009).

### ***Agenda-Setting***

A Teoria do *Agenda-Setting* desenvolveu-se nos anos de 1970 por McCombs e Shaw e insere-se no paradigma dos efeitos a longo prazo. Este paradigma difere do paradigma dos efeitos anteriormente apresentado quanto:

1. Ao objecto de estudo:

“Deixam de se estudar casos singulares (sobretudo «campanhas») para se passar à cobertura global de todo o sistema dos *mass media*, centrada sobre determinadas áreas temáticas” (Noelle Neumann, 1983, citado em Wolf, 2009: 140)

2. À metodologia:

“Deixam de se extrair dados, essencialmente, de entrevistas feitas ao público, para se passar a metodologias integradas e complexas” (Noelle Neumann, 1983, citado em Wolf, 2009: 140)

3. À observação da audiência:

“Deixam de se observar e avaliar as mudanças de atitudes e opinião, para se passar à reconstrução do processo pelo qual o individuo modifica a sua própria representação da realidade social” (Noelle Neumann, 1983, citado em Wolf, 2009: 140)

4. Ao tipo de efeito:

“Já não diz respeito às atitudes, aos valores, aos comportamentos dos destinatários, mas que é um efeito cognitivo sobre os sistemas de conhecimento que o individuo assume e estrutura de uma forma estável, devido ao consumo que faz das comunicações de massa” (Wolf, 2009: 140)

“ (...) agora passa-se para efeitos, em certa medida, latentes, implícitos no modo como determinadas distorções na produção das mensagens se reflectem sobre o património cognitivo dos destinatários.” (Wolf, 2009: 143)

5. Ao quadro temporal:

“Já não efeitos pontuais, ligados à exposição à mensagem, mas efeitos cumulativos, sedimentados no tempo” (Wolf, 2009: 140)

6. À relação entre as variáveis do processo comunicativo:

“Evidencia-se a interacção e a interdependência permanentes dos factores que entram em jogo no processo de influência.” (Wolf, 2009, 140)

7. Ao modelo comunicacional:

“ (...) é evidente que a passagem dos «efeitos limitados» para os «efeitos cumulativos» implica a substituição do modelo transmissivo da comunicação por um modelo centrado no processo de significação.” (Wolf, 2009: 143)

É a partir desta perspectiva que se desenvolve a Teoria do *Agenda-Setting*, que parte do pressuposto de que a compreensão da realidade e a absorção de conhecimentos por parte dos indivíduos advém, em parte, dos meios de comunicação. “As pessoas têm tendência para incluir ou excluir dos seus próprios conhecimentos aquilo que os mass média incluem ou excluem do seu próprio conteúdo” (Shaw, 1979, citado em Wolf, 2009: 144). Os autores introduzem três componentes ao processo comunicativo, interligando-os: a agenda mediática (conjunto de temas abordados pelos meios de comunicação num período de tempo pré-definido<sup>1</sup>), a agenda pública (conjunto de temas que o público tem interesse), e a agenda política (conjunto de temas de interesse político). Os autores consideram que para além destes componentes, fazem parte do processo comunicacional o conjunto de meios de comunicação influentes e acontecimentos extraordinários que influenciam o agendamento mediático (*Gatekeepers*), e a Experiência do Mundo Real que tem impacto sobre as três agendas.

O fluxo de influência entre estes componentes dá-se da seguinte forma: a Agenda Mediática, influenciada pelos *Gatekeepers*, pela Experiência do Mundo Real e pela

---

<sup>1</sup> A Agenda Mediática é autorreprodutiva e gera temas durante um determinado período de tempo (normalmente uma semana) de forma a criar dados para especulação, ou seja, criar notícias sem informação, para que esses temas permaneçam na Agenda Pública.

Agenda Política, gera influência sobre a Agenda Pública, que por sua vez influencia a Agenda Política, que volta a influenciar a Agenda Mediática e assim sucessivamente.

Desta forma, o poder dos média centra-se na possibilidade de direccionar a atenção dos indivíduos e condicionar o que consideram importante em determinado momento. No entanto, esta influência não é igual para toda a audiência uma vez que os autores consideram que o conjunto dos receptores não é homogéneo e, por isso, os meios de comunicação não têm os mesmos efeitos para todos os indivíduos. Também a hierarquização, por parte da audiência, dos acontecimentos importantes só é semelhante à efectuada pelos meios de comunicação “se a agenda dos *mass media* for avaliada num período longo de tempo, como um efeito cumulativo” (Shaw, 1979, citado em Wolf, 2009: 147).

Devido às alterações que propõe no estudo dos efeitos, nomeadamente, na integração da Agenda Pública, da Agenda Política e da Experiência do Mundo Real no processo comunicativo, a Teoria do *Agenda-Setting* foi fundamental para dar continuidade aos estudos em diversas áreas das Ciências da Comunicação: “Assim, McCombs e Shaw abriram novas linhas de investigação que vieram a motivar mais de 200 artigos e livros.” (Traquina, 1995: 193)

Partindo da exposição das principais características das teorias apresentadas, podemos concluir que as principais tendências verificadas na evolução dos estudos dos efeitos dos meios de comunicação dizem respeito em primeiro lugar, à necessidade de compreender o consumo dos média por parte dos indivíduos no contexto social das suas experiências de vida, em segundo lugar, à adopção de novas metodologias na análise das audiências e, em terceiro lugar, à crescente convergência destes estudos com outras áreas de investigação, acentuando a sua interdisciplinaridade.

## **1.2 Teoria da Prática na Teoria Social**

É devido a estas tendências que diversas abordagens têm desenvolvido a análise do uso dos meios de comunicação através da Teoria da Prática, que tem sido, nas últimas décadas, objecto de estudo da Teoria Social e se centra na compreensão do conceito de *prática*. A recente integração da Teoria da Prática nos estudos dos média tem como principal objectivo entender as *práticas* de uso e consumo dos meios de comunicação, em

vez das anteriores perspectivas e abordagens que baseavam a sua análise nas estruturas, sistemas, indivíduos ou interações. Neste contexto, desenvolveram-se inúmeras perspectivas teóricas que analisam os média enquanto práticas, nomeadamente o novo paradigma defendido por Nick Couldry, que abordaremos posteriormente.

No capítulo introdutório do livro *Theorising Media and Practice* (2010:1-19), John Postill elabora uma revisão das principais investigações sobre a Teoria da Prática desenvolvidas no âmbito da Teoria Social. Este levantamento revela-se fundamental para a nossa investigação uma vez que nos permite contextualizar teoricamente e compreender as bases da Teoria da Prática na Teoria Social.

Postill define práticas como o “conjunto de actividades que os seres humanos fazem com diferentes graus de regularidade, competência e gosto” (Postill, 2010: 1). No enquadramento teórico que formula sobre o conceito de *prática* na Teoria social, este autor distingue duas gerações de teóricos que basearam o seu trabalho na análise deste conceito: a primeira geração, liderada por alguns dos teóricos mais relevantes do século vinte, que lançaram as bases do que hoje consideramos Teoria da Prática; e a segunda geração, composta pelos teóricos que estão actualmente a testar essas bases e a construir novas extensões para o quadro teórico. A partir desta distinção, Postill (2010: 7-12) elabora uma revisão das principais questões abordadas pelos membros mais influentes de cada geração, concluindo a sua análise com as tendências contemporâneas da Teoria da Prática.

## **Primeira Geração**

Pierre Bourdieu

Relativamente aos teóricos da primeira geração, o autor começa por referir o trabalho desenvolvido por Pierre Bourdieu e realça os principais conceitos definidos por este autor para a compreensão da noção de *prática*: para Bourdieu, as práticas são baseadas nas *disposições permanentes* (esquemas de percepção e posturas corporais do agente social) que são inerentes ao *habitus* (interiorização da ordem social pelo corpo humano), e desenrolam-se a partir de *improvisos estratégicos* (que advêm do possível desfasamento entre a estrutura interiorizada e a estrutura social presente), evitando assim o que o autor denomina por *doxa* (convenções e pressuposições sociais profundamente interiorizadas) que podem, em última análise, limitar estes improvisos sociais (Postill, 2010).

## Michel Foucault

O segundo teórico referenciado por Postill é Michel Foucault, cujo conceito que desenvolveu de *disciplina* se aproxima da noção de *habitus*, formulada por Bourdieu. Para este autor, a *disciplina* é a “técnica específica de um poder que toma os indivíduos ao mesmo tempo como objectos e como instrumentos de seu exercício” (Foucault, 1999: 193) e que, conseqüentemente leva à formação, no corpo dos indivíduos, de *disposições permanentes*. No entanto, Foucault distingue-se de Bourdieu uma vez que debruça a sua investigação sobre a violência através da qual os regimes modernos controlam as populações (Postill, 2010). Este controlo só é possível através das técnicas de poder (ou *bio-poder*) características das sociedades modernas e através do pressuposto de que o corpo humano é uma máquina regulável (Foucault, 1999). Assim, o poder disciplinar *funciona* através do corpo e os próprios indivíduos, quando constantemente vigiados, auto-regulam as suas práticas: “Quem está submetido a um campo de visibilidade, e sabe disso, retoma por sua conta as limitações do poder; fá-las funcionar espontaneamente sobre si mesmo; (...) torna-se o princípio de sua própria sujeição” (Foucault, 1999: 225).

## Anthony Giddens

A investigação de Anthony Giddens é a última referência de Postill relativamente à primeira geração de teóricos que forneceram as bases para o desenvolvimento da Teoria da Prática. Giddens propõe a ligação entre os conceitos de *estrutura* e *agência* através da noção de *dualidade da estrutura*, em que “a estrutura deve ser entendida, simultaneamente, como condição e resultado da acção, como possibilitadora e constringedora da intervenção do actor” (Pires, 1988: 232). Desta forma, as relações sociais estão estruturadas no tempo e no espaço graças à *dualidade da estrutura*, processo definido pelo autor como *estruturação*. A Teoria da Estruturação desenvolvida por Giddens permite distinguir os conceitos de sistema social e de estrutura: o sistema social diz respeito ao “conjunto de relações entre actores e colectividades reproduzidas no tempo e no espaço” (Pires, 1988: 232); enquanto a estrutura “designa o conjunto de regras (interpretativas e normativas) e de recursos (alocativos e de autoridade), que, accionados no decurso da acção e por esta reproduzidos ou transformados, suportam a articulação institucional dos sistemas sociais” (Pires, 1988: 232). Esta Teoria demonstra “de que forma os *princípios de ordem* podem tanto produzir como ser reproduzidos ao nível da *prática em si*, e não através de uma

*ordenação da sociedade*” (Postill, 2010: 9). Giddens defende que não é possível separar os indivíduos dos contextos da vida quotidiana e, conseqüentemente, realça a importância tanto das práticas sociais, isto é, das actividades diárias que reproduzem a sociedade, como da *segurança ontológica*, ou seja, a confiança e estabilidade da vida social (Tucker, 1998).

## **Segunda geração**

Sherry Ortner

A primeira teórica da segunda geração referida por Postill é Sherry Ortner que, na década de 1980, elaborou um ensaio intitulado “Theory in Anthropology Since the Sixties” (A Teoria na Antropologia Desde os Anos Sessenta), que pretendia fazer uma revisão das teorias antropológicas até então desenvolvidas e que foi considerado, pelos antropologistas, como o ponto de viragem do conceito de *disciplina* para o conceito de *prática*.

Ortner desenvolveu a sua investigação por um lado, partindo da verificação de que as *teorias do constrangimento*, que dominaram a antropologia cultural dos Estados Unidos no princípio da década de 1980 (nomeadamente a antropologia interpretativa, a economia política marxista e o estruturalismo), não abordavam na sua análise o papel da agência humana e das práticas sociais (enquanto processos que produzem e reproduzem constrangimentos); por outro lado, através da crítica à Teoria da Prática por não abordar um conceito reconhecível de cultura e pela limitação no levantamento de questões sobre os conceitos de *poder* e de *história* (Postill, 2010).

Para ultrapassar estas limitações, a autora baseou a sua investigação na interligação do trabalho desenvolvido por diversos teóricos: quanto à questão do papel da agência humana e das práticas sociais, Ortner inspirou-se na investigação de Bourdieu, Giddens e Sahlins, uma vez que estes autores consideram nas suas pesquisas as *estruturas* que simultaneamente permitem e restringem as acções dos actores sociais; relativamente às questões relacionadas com a compreensão do conceito de *poder* na Teoria da Prática, a autora aproxima-se da perspectiva de Gramsci que desenvolveu o conceito de *hegemonia*, considerando o poder como algo que controla fortemente os actores sociais mas nunca por completo ou totalmente (ao contrário do conceito de *poder disciplinar* definido por Foucault); e, finalmente, quanto à integração da *história* na Teoria da Prática, a autora inclina-se para a abordagem de Sahlins que considera que a Teoria da Prática é uma teoria

da história e, por isso, as práticas sociais devem compreendidas nas suas articulações com eventos históricos (Postill, 2010).

Theodor Schatzki

A investigação desenvolvida por Schatzki é a segunda referência de Postill relativa à segunda geração de teóricos. Schatzki desenvolveu o conceito de *campo total de práticas*, que considera fundamental para a compreensão do conceito de *prática*, e que se refere ao denso emaranhado de práticas humanas que abrange todo o mundo. Para o autor, este conceito só foi passível de ser compreendido pelos teóricos através da restrição da análise a *subcampos* (como a ciência ou a fotografia) ou direccionando o objecto de estudo para uma questão específica da Teoria da Prática (como a noção de *cultura enquanto prática* desenvolvida por Swidler, ou a noção dos *média enquanto práticas*, desenvolvida por Couldry) (Postill, 2010).

Partindo do conceito de *campo total de práticas*, Schatzki define o *campo social* como “um campo de práticas incorporadas e significativamente interligadas que se organizam em torno do entendimento partilhado da prática” (Schatzki, 2001: 3, citado em Postill, 2010: 10). Para o autor, conservação destas práticas ao longo do tempo depende, essencialmente, do sucesso da inculcação do *know how* (incorporado e partilhado pelos indivíduos), mas também da sua (das práticas) contínua performance.

Desta forma, Schatzki considera o *corpo qualificado* (*the skilled body*) como o espaço onde tanto a actividade e a mente, como o indivíduo e a sociedade se encontram, uma vez que as acções e os corpos são *constituídos* dentro das práticas. Consequentemente, só é possível compreender as acções dos indivíduos nos seus contextos de prática (Postill, 2010).

Apesar de Schatzki subscrever a definição dada pela maioria dos teóricos do conceito de *práticas*, enquanto conjuntos de actividades em que o corpo humano é o *nexus* (o elo), este autor introduz uma importante distinção entre os conceitos de *práticas integrativas* (práticas complexas constitutivas de determinados domínios da vida social, como cozinhar, cultivar ou negociar) e *práticas dispersas* (que incluem descrever, explicar, questionar, reportar, examinar e imaginar, e podem ocorrer dentro ou entre domínios ou subcampos) (Postill, 2010), que desenvolveremos mais à frente neste trabalho, partindo do enquadramento proposto por Nick Couldry.

Andreas Reckwitz

A terceira referência de Postill quanto aos teóricos da segunda geração é Reckwitz, que sintetizou os elementos principais de diversos teóricos e construiu um *tipo ideal* de Teoria da Prática.

Desta forma, por um lado, Reckwitz, aproximando-se da visão de Giddens, realça a importância das *rotinas* na análise das práticas sociais e defende que as *crises de práticas* não devem ser excluídas desta análise uma vez que podem levar a mudanças significativas, isto é, podem levar ao aparecimento de *novas rotinas* (Postill, 2010).

Por outro lado, este autor considera que os teóricos têm negligenciado fortemente o papel do indivíduo, que deve ser compreendido na análise das práticas sociais como o único ponto de cruzamento com as práticas, isto é, com as rotinas corpóreo-mentais (Postill, 2010).

Alan Warde

O trabalho de Alan Warde é a última referência de Postill relativamente à segunda geração de teóricos que expandiram as bases do desenvolvimento da Teoria da Prática. Warde aborda a teoria da prática com o objectivo empírico de analisar a sociologia do consumo. Este autor considera que os proveitos provenientes das práticas podem ser de diferentes tipos: proveitos do tipo social, do tipo psicológico ou de qualquer outro tipo.

Segundo Warde, as *práticas complexas* (ou *práticas integrativas* para Schatzki) proporcionam aos seus praticantes mais níveis de desenvolvimento pessoal e uma maior sensação de bem-estar do que as práticas simples. Desta forma, as práticas são diferenciáveis internamente e as distinções entre praticantes podem revelar-se de extrema importância, sobretudo nas características em que diferem e nos níveis de compromisso para com a prática (Postill, 2010).

Por fim, este autor considera que por um lado, nenhuma prática é *hermeticamente selada* de outras práticas e, por outro lado, as práticas não podem ser compreendidas se não forem integradas nos ambientes políticos, infraestruturais e tecnológicos em que são sustentadas (Postill, 2010).

Postill sintetiza este enquadramento teórico definindo a Teoria da Prática como “um corpo de trabalho sobre o trabalho do corpo” (Postill, 2010: 11). Partindo das diversas perspectivas anteriormente revistas que contribuíram para o desenvolvimento da Teoria da Prática dentro da Teoria Social, o autor considera que é possível concluir que o corpo humano é o *nexus* do conjunto de actividades (ou práticas), que são realizadas pelos agentes com um maior ou menor nível comprometimento, destreza e estilo. Conclui-se igualmente que enquanto algumas destas práticas são difundidas no tempo e no espaço sociais, outras estão agrupadas em configurações que se alteram no tempo através da agência socialmente reprodutiva dos praticantes (Postill, 2010).

Por fim, Postill salienta que desde o seu aparecimento e desenvolvimento nos anos de 1970, a Teoria da Prática tem-se difundido no espaço epistemológico e actualmente existem inúmeros e diversos subcampos teóricos que baseiam a sua abordagem nesta Teoria, nomeadamente a Teoria Estratégica, a Antropologia Política, os Estudos de Cultura, a Sociologia do Consumo, a Economia Ecológica e a Neurociência.

### **1.3 Teoria da Prática dos Média**

É neste contexto que Nick Couldry desenvolve um novo paradigma nos estudos de média, considerando os meios de comunicação enquanto *práticas*, e rompendo com algumas das investigações anteriores que observavam os média apenas enquanto textos ou produções económicas: “ (...) de facto este novo paradigma centra-se numa relação muito mais próxima com os debates centrais em ciências sociais do que anteriormente se observava no estudo dos média, com a vantagem de que o principal contributo da investigação sobre os média para os debates mais amplos das ciências sociais se torna mais claro” (Couldry, 2003: 33).

O autor defende que esta nova abordagem não tem por base uma contextualização histórica significativa, no entanto, como referido anteriormente, considera que a abordagem teórica actual é fruto de cinco correntes de trabalho distintas (ver 1.1). Embora o enfoque em termos de objecto de estudo varie de corrente para corrente, existem pontos em comum entre estas teorias, gerando entre elas uma relação de interdependência na procura de respostas relativas às consequências sociais dos média.

Então, torna-se imperativo colocar a questão: porquê formular um novo paradigma? De acordo com Nick Couldry, o principal objectivo é ultrapassar as disputas do passado,

assim como clarificar o epicentro das novas questões de investigação que já não se baseiam na análise dos textos ou na produção económica dos média. Para o autor, este novo paradigma é simples, analisando os média como um conjunto de práticas que se relacionam com, ou que são orientadas pelos média. O seu objectivo é claro e directo: “descentralizar a investigação dos meios de comunicação do estudo dos textos dos média ou das estruturas de produção (...) e redirecciona-la para o estudo do conjunto indeterminado de práticas centradas directa ou indirectamente nos média” (Couldry, 2003: 34).

### **Vantagens da análise da *prática***

Desta forma, o conceito de *prática* proporciona um ponto de partida para a compreensão da relação dos média com a sociedade. As vantagens de observar os média enquanto práticas resultam de um conjunto de quatro características, identificadas por Couldry (2012), inerentes a este conceito: em primeiro lugar, a prática relaciona-se com a *regularidade da acção*. A nossa actuação no mundo só é possível na base de diferentes níveis de regularidade e de ordem. Por isso, a sociologia dos média preocupa-se com as regularidades específicas das acções relacionadas com os média e com as regularidades do contexto e da fonte que fazem certos tipos de acções relacionadas com os média possíveis ou impossíveis, prováveis ou improváveis. A articulação destas práticas com outro tipo de práticas mais abrangentes (rotinas, horários, estilos de vida) é integrada numa qualquer ordem de fundo; em segundo lugar, a prática é *social*. As práticas são construções sociais que carregam consigo um conjunto de capacidades, restrições e poder; em terceiro lugar, as práticas estão relacionadas com as *necessidades humanas*, o que não implica que exista um conjunto fixo e universalizado de necessidades. As práticas relacionadas com os média são moldadas por necessidades básicas de coordenação, interacção, comunidade, confiança e liberdade e, apesar de não existir um plano pré-estabelecido das necessidades relacionadas com a prática, é necessário ter em conta que determinadas necessidades influenciam a variedade de práticas; por fim, em quarto lugar, a relação entre a prática e a acção oferece uma base distintiva e importante para pensar *normativamente* sobre os média, através da questão de como devemos viver com os média. O valor deve ser compreendido pela referência (da acção, actuação ou potencial) e não meramente pelo pensamento abstracto.

Consequentemente, Couldry (2012) considera que a análise dos média sob o prisma da prática, coloca as questões por referência, não aos média como objectos, textos,

mecanismos de percepção, ou processos de produção, mas por referência ao que as pessoas estão a fazer em relação aos média nos contextos em que actuam.

Desta forma, os estudos de média inserem-se no contexto sociológico da acção e do pensamento (ou da antropologia cultural e cognitiva), que vai para além das versões anteriormente formuladas, que se inserem no paradigma da crítica literária. A principal razão pela qual este novo paradigma descentraliza a análise textual dos média deve-se à necessidade de contornar os problemas insolúveis de como provar os efeitos dos média. O debate em torno da análise dos efeitos sociais dos média tem sido controverso e tem-se revelado insuficiente. Se por um lado, a análise textual é especulativa, por outro lado, a análise das estruturas institucionais não revela quaisquer informações sobre as consequências dos produtos mediáticos na vida social. É para contornar estas restrições que o paradigma defendido por Nick Couldry não tem por base estas duas formas de análise, mas sim a análise da *prática*. Não necessariamente a prática das *audiências*, mas a análise das práticas orientadas para os média, de forma a conseguir compreender o que fazem as pessoas com os média em diferentes situações e contextos: “o que é que simplesmente as pessoas estão a fazer em relação aos média em todo um conjunto de situações e contextos?” (Couldry, 2003: 36). Esta abordagem requer compreender todos os tipos de meios de comunicação, não só os tradicionais mas todas as outras plataformas, móveis ou fixas, através das quais todo o tipo de conteúdo – institucional e individualmente produzido – é acessível ou transmissível.

### **Contextualização**

Tal como qualquer paradigma que visa resolver crises ou contradições na forma como um campo de investigação é construído, este paradigma foi, em parte, antecipado por outras teorias ou modelos (Couldry, 2003, 2012): em primeiro lugar, por Elihu Katz nos anos de 1950 que pela primeira vez levantou a questão sobre “o que estão as pessoas a fazer com os média”, mas a abordagem que se seguiu dos Usos e Gratificações (ver 1.1) focou-se apenas no uso individual dos meios de comunicação; em segundo lugar, na década de 1990 pelas investigações sobre as práticas domésticas de ver televisão; em terceiro lugar, pelos investigadores que procuraram ir além dos contextos específicos de consumo dos média; e em quarto lugar, pela emergência do termo mediação, que se refere à vasta expansão de processos sociais em torno dos média. Contudo, a formulação

definitiva deste paradigma emergente surge com o mais recente livro de Liz Bird (2003) (referida por Couldry, 2003), em cujo primeiro capítulo se anuncia uma nova abordagem “para além das audiências” que visa resolver a “natureza amorfa da experiência mediática”. O principal argumento defendido pela autora é de que, por um lado, não é possível isolar o papel dos média da cultura em que se inserem uma vez que estes estão firmemente ancorados às diversas configurações desta cultura, e, por outro lado, é necessário ter em consideração que “a audiência está em todo lado e não está em lado nenhum”. Nos anos 2000, a investigação sobre os média começou a alterar sua abordagem original restringida aos textos e a focar-se na diversidade de práticas relativas aos meios de comunicação, em simultâneo com o desenvolvimento da Teoria da Prática, inserida na Teoria Social, que desenvolveremos posteriormente.

Ao formular um novo paradigma nos estudos dos média é fundamental ter em conta a grande variedade de práticas em que o consumo e conversas relacionadas com os média estão inseridos, incluindo as práticas utilizadas para evitar ou seleccionar os *media inputs*. Estas práticas não são constituintes do que comumente chamamos “cultura dos média”, mas práticas orientadas para os média. Pode parecer que esta abordagem se afasta demasiado do vínculo à análise textual dos média, o que poderia ser *perigoso*; no entanto, a emergência de um paradigma sobre a *prática* em sociologia garante a existência de um enquadramento teórico (Couldry, 2003).

### **Teoria Social enquanto base teórica**

Como referido anteriormente, na Teoria Social existe um grupo de teóricos que se debruçaram sobre o conceito de *prática*. Couldry (2012) considera que as perspectivas formuladas por Pierre Bourdieu (da primeira geração) e por Theodor Schatzki (da segunda geração) permitem obter uma boa sustentação teórica para a compreensão deste conceito e faz o levantamento dos aspectos que considera mais relevantes para enquadrar o seu novo paradigma no estudo dos média, numa perspectiva diversa da anteriormente apresentada por Postill (2010).

Relativamente ao trabalho de Bourdieu, Couldry (2012) realça que este autor usou a noção de *prática* para identificar as características da vida quotidiana que, segundo ele, a antropologia estruturalista não representa: a duração das acções quotidianas no tempo, e as suas particularidades, o que impede que sejam reduzidas a uma totalidade abstracta ou à

performance de funções abstractas. Para o autor, as acções do quotidiano têm uma *lógica* que se insere num *sistema de princípios de produção* que gera as condições necessárias à prática. Desta forma, as práticas são determinadas pelas pré-condições existentes e depois de aprendidas são reproduzidas inconscientemente. Segundo Couldry (2012), esta perspectiva é importante para enquadrar a cultura contemporânea dos média, no entanto, não é suficiente para compreender as práticas relacionadas com os média.

É por essa razão que Couldry (2012) complementa o enquadramento teórico deste conceito realçando a abordagem mais recente de Theodor Schatzki. Schatzki define a *prática em si* como o *lugar* de um tipo de ordem peculiar, em que o entendimento é estruturado e a inteligibilidade articulada. O autor defende que é a partir das propriedades de organização de diferentes práticas que se estabelece uma ordem social mais ampla e, por isso, a *vida social* desenrola-se dentro de um determinado contexto que é fundamental para compreender os fenómenos sociais. A prática não deve ser compreendida como um fenómeno individual mas como algo exterior ao próprio indivíduo. Segundo Schatzki, as práticas integram as acções humanas através de uma estrutura de organização composta por três elementos distintos: (1) os *entendimentos*, (2) as *regras explícitas*, e (3) os *fins, projectos e crenças*. Estes elementos contribuem para a reprodução da prática através das capacidades que impõem e dos contextos de acção que fornecem. No entanto, nem todo o tipo de práticas tem cada uma destas características; apenas as práticas que Schatzki denomina de *integrativas* apresentam estes elementos nas suas micro-regras, organizando diferentes sub-práticas. Existe um outro tipo de práticas mais flexíveis que o autor designa como *dispersas*, que apenas dizem respeito aos *entendimentos*, que permitem compreender o conjunto de ocorrências sobre uma mesma coisa. Couldry (2012) questiona a aplicabilidade desta abordagem, mas realça a importância do ponto de vista de Schatzki sobre o padrão socialmente alcançado da prática que permite que o fluxo da actividade diária seja inteligível entre os actores sociais. Couldry (2012) enfatiza igualmente o facto de Schatzki diferir fundamentalmente da perspectiva de Bourdieu ao negar qualquer tipo de ordem social, excepto a que emerge dos contextos locais compostos por práticas individuais, defendendo que o único lugar para a ordem social reside nos *entendimentos, regras e fins* das práticas individuais. Schatzki exclui, assim, o papel macro modelador das grandes instituições, como por exemplo os média, uma vez que limita a ordem social aos *entendimentos* que permitem juntar cada prática localmente.

Couldry (2012) discorda, mais uma vez, desta abordagem visto que a considera pouco abrangente na explicação da possível relação e articulação entre as práticas e, por isso, propõe a sua complementaridade através de duas outras abordagens: por um lado, através da abordagem da *Actor-Network Theory*, que está interessada em compreender de que forma os actos, objectos e agentes se articulam de formas estáveis em largas escalas, o que permite compreender como é que as *formações digitais* de larga escala geram novas formas sociais e como é que as práticas quotidianas são recursivamente organizadas; por outro lado, através da abordagem da socióloga Elizabeth Shove que considera que existe um nível de ordem social que muitas vezes não é abordado porque está omissa pelas aparentes necessidades básicas de conveniência, controlo e conforto. Esse nível diz respeito aos *complexos de práticas*, ou seja, à ordem criada pela ligação de uma prática com outra.

### **Teoria da Prática na Sociologia dos Média**

Assim, interessa compreender o que é que a noção de *prática* e a Teoria da Prática oferecem à sociologia dos média. Para Couldry (2003), existem três pontos a ter em consideração: o primeiro ponto a salientar é que o principal objectivo da Teoria da Prática é substituir a antiga noção de “cultura” (Ann Swidler, 2001, referida por Couldry, 2003), através de uma análise distinta de cultura relativamente a dois processos publicamente observáveis: as práticas em si mesmas – em particular as actividades de rotina - e o discurso – enquanto sistema de significados. Desta forma, se as recentes investigações sobre os estudos dos média enfatizam a cultura dos média, a teoria da prática traduz estas questões em duas perguntas concretas e relacionadas: Que tipo de coisas fazem as pessoas em relação aos média? E que tipo de coisas dizem as pessoas em relação aos média?; em segundo lugar, a Teoria da Prática permite compreender que para estabelecer os novos princípios nos quais as práticas orientadas para os média estão demarcadas, não podem ser lidos a partir das descrições superficiais associadas ao discurso dos média; pelo contrário, é necessário analisar as categorizações que as próprias pessoas fazem de prática; o terceiro ponto a considerar é que as práticas estão organizadas entre si e é importante compreender de que forma algumas práticas ancoram, controlam e organizam outras práticas. Para o autor, algumas práticas *decretam* novas formas de categorização e distinção, formulando assim outras práticas. Estes três pontos são apenas a base para o desenvolvimento desta

nova abordagem baseada na prática; no entanto, permitem já uma compreensão da relação existente entre as práticas orientadas pelos média e as práticas sociais como um todo.

Desta forma, o que torna este paradigma distintivo é o facto de ser formulado sem qualquer aliança aos modelos textuais ou políticos e económicos, e, por outro lado, o facto de ser suficientemente generalizável para estar aberto a desenvolvimentos em sociologia e antropologia. A Teoria dos Média em si não tem qualquer valor independente, no entanto, torna-se relevante quando ajuda a formular questões pertinentes para a investigação empírica. Esta teoria não diverge de qualquer outra área da Teoria Social, no entanto, o papel dos média na *representação* do mundo social, no qual os próprios média são produzidos, agrava a complexidade de como as suas consequências podem ser compreendidas.

### **Principais Consequências**

Consequentemente, torna-se evidente que a Teoria dos Média enquanto *prática* vai alterar as prioridades dos estudos de média, sendo que uma das consequências dessa mudança é o *anti – funcionalismo*. Para Couldry (2003), o funcionalismo – ideia de que largas regiões da actividade humana podem ser melhor entendidas se forem autossuficientes, complexas, encaradas como sistemas funcionais, em que as sociedades e culturas são concebidas enquanto um todo complexo formado por várias partes, e em que cada uma dessas partes funcionais contribui para o sucesso funcional do todo – restringe as opções de investigação, uma vez que a presunção de um todo funcional pode tornar-se muito redutora na análise da realidade. Para o autor, a vantagem de começar com a questão da *prática* é que não há plausibilidade intrínseca na ideia de que o que as pessoas fazem acrescenta valor a um todo funcional: “a Teoria da Prática procura de facto desenvolver esta visão, insistindo que «não há qualquer razão para pensar que a vida social pode exhibir [ordenar] funções apenas se for uma totalidade (Schatzki, 1999: 10) e explorando outras formas de pensar a ordem social” (Couldry, 2003: 42).

Outra das consequências que a Teoria da Prática prioriza nos estudos dos média é a abertura à organização complexa e variável das *práticas*. O valor que a teoria da prática acrescenta à investigação é o de ser possível colocar questões abertas sobre o que o que fazem as pessoas em relação aos média e como as próprias pessoas categorizam o que estão a fazer, evitando as ideias preconcebidas que iriam classificar automaticamente estas

acções enquanto “consumo” ou “ser-audiência”, quer seja assim que os seus autores as classifiquem ou não. A análise de cada *prática* orientada para os média depende inteiramente de quem a descreve e do contexto dessa descrição. É necessário, assim, considerar o conjunto de práticas da vida social que envolvem quer as acções, quer as práticas orientadas pelos / para os média num determinado tempo e espaço, sendo igualmente necessário considerar as consequências que têm em comum para a relação entre estas práticas.

A última consequência que o autor apresenta diz respeito aos mecanismos através dos quais as práticas são ordenadas. Neste contexto, impõe-se uma questão relativa às práticas orientadas pelos média: têm estas práticas um papel *privilegiado* em ancorar outro tipo de práticas, devido à circulação privilegiada das representações e imagens do mundo social através dos média? Para responder a esta questão Nick Couldry (2003) centra-se no conceito de *categorias sociais* desenvolvido por Émile Durkheim. Categoria social é um conceito que envolve a articulação (directa ou indirecta) de uma ordem social: cada categoria existe para trabalhar na formulação de entendimentos centrais sobre de que forma funciona o mundo social e em que valores se baseia.

A principal diferença entre o enquadramento teórico de Durkheim e a Teoria da Prática é que o sociólogo assume a *sociedade* como a entidade fundamental subjacente a qualquer explicação sociológica, enquanto a Teoria da Prática não o faz. No entanto, é possível recorrer às percepções de Durkheim sem subscrever as suas suposições funcionalistas. Uma abordagem não-funcionalista poderá então explicar a ligação de autoridade entre certas práticas dos média em relação a outras práticas, através da noção de *ritual*. As práticas rituais - inseridas em determinadas categorias com um valor subjacente - permitem ancorar todo o tipo de outras práticas que se insiram nas mesmas categorias e valores. Desta forma, as dimensões ritualizadas da prática dos média têm um papel de ordenação em relação a outras práticas sociais.

Para além da utilização dos conceitos de categorias e rituais, existem outros meios para a compreensão da forma como certas práticas ordenam ou ancoram outras. Como refere o autor, a análise de diferentes teorias ou análises conceptuais que se debrucem sobre o estudo da prática “podem iluminar a nossa compreensão do papel dos média em ordenar a vida social mais generalizada” (Couldry, 2003: 47).

## **Práticas Simples e Práticas Complexas**

Relativamente ao levantamento e identificação de práticas concretas relacionadas com os média, Couldry (2012) distingue dois tipos de práticas ainda não mencionadas em abordagens anteriores, que são fruto do desenvolvimento tecnológico e da adaptação das necessidades humanas à era digital: as práticas simples e as práticas complexas.

### **Práticas Simples**

Dentro das práticas simples, o autor considera as seguintes práticas:

#### Pesquisa e Facilitadores de Pesquisa (*Search and Search-Enabling*)

O facto de a Internet ser uma fonte ilimitada de informação leva a que qualquer que seja o seu uso, a pesquisa seja necessária. A pesquisa está incorporada nas nossas práticas e está cada vez mais integrada na forma como agimos. Este novo meio de aquisição do conhecimento e o diferente uso do conhecimento no tempo e no espaço conduzem a novas formas de diferenciação: quanto mais vasta se torna a Internet, mais notórias são as diferenças entre as estratégias e as competências das pessoas na forma como pesquisam determinado assunto, relativamente às utilizadas anteriormente. Assim, se se considerar a Internet como uma fonte infinita de informação, a pesquisa torna-se numa prática chave através da qual as pessoas moldam as suas condições de acção.

A partir da pesquisa, desenvolveram-se rapidamente outras práticas designadas pelo autor como *search-enabling* (Couldry, 2012: 46), ou seja, práticas que potenciam a pesquisa. Estas práticas dizem respeito à troca de informação entre utilizadores, às recomendações de outros utilizadores, e às ferramentas de pesquisas pré-ordenadas. Estas diferentes práticas são cada vez mais importantes na vida quotidiana uma vez que as pessoas procuram cada vez mais otimizar o seu acesso ao fluxo vastamente ampliado de informações potencialmente relevantes.

#### Mostrar e Ser Mostrado (*Showing and being shown*)

É igualmente a partir da evolução da Internet e das suas possibilidades, que se desenvolveram as práticas de *mostrar*, isto é, de tornar públicos diferentes conteúdos. Este conceito ajuda-nos a compreender a quantidade de actos relacionados com os média que tornam algo publicamente disponível nas diversas plataformas digitais.

O Youtube é um exemplo concreto destas possibilidades uma vez que propõe um novo espaço para *mostrar*, em que actores heterogéneos podem publicar, rapidamente, sem custos e de forma não regulamentada, vídeos ilimitados. Por ser uma vasta reserva *online* de conteúdos videográficos, esta plataforma permite que diferentes temas sem ligação entre si coexistam no mesmo espaço público de interconexão, e sejam vistos e revistos por inúmeras pessoas, potenciando a dimensão pública de qualquer tipo de conteúdo.

É interessante compreender os diferentes contextos sociais nos quais as práticas de *mostrar* se desenrolam. Hoje em dia o que quer que se faça é passível de ser registado através de dispositivos de gravação e posteriormente publicado na Internet pelo próprio indivíduo ou por outros. Por isso, *ser mostrado* é uma dimensão latente de praticamente todos os nossos actos, realizados fora mas também dentro de casa.

As crescentes e múltiplas formas de *mostrar* ilustram como o espaço público e social está a ser reinserido através das práticas relacionadas com os média. O espaço inerente à acção humana está agora ligado, não só à reconstrução imaginária ou a traços de memória ocasionais, mas também ao permanente registo visual.

Desta forma, a prática de *mostrar* é apenas um dos inúmeros meios através dos quais a vida, outrora cingida ao espaço privado, está a ser projectada para além desta fronteira.

### Estar Presente (*Presencing*)

*Estar presente* é o termo utilizado para descrever a forma como indivíduos ou grupos gerem a sua *presença-para-os-outros* no espaço. Esta gestão é possibilitada pela existência de várias redes sociais, que permitem uma utilização diferenciada consoante o contexto cultural em que estão integradas. As práticas associadas a esta utilização, práticas de *estar presente*, são o conjunto de meios proporcionados pelos média nos quais os indivíduos, grupos e instituições, põem em circulação informação sobre e representações de si próprios, com o objectivo de manter uma presença pública. Esta presença está orientada para um lugar permanente no espaço público, onde cada um pode exhibir as suas próprias produções.

O acto de *estar presente* é para os indivíduos consequência da necessidade de terem uma presença pública constante para além da presença física, de forma a construírem uma objectivação de si mesmos. Com o desenvolvimento da Internet e das redes sociais, *estar presente* é cada vez mais uma necessidade e não uma escolha.

### Arquivar (Archiving)

*Arquivar* refere-se à tentativa das pessoas de gerirem a sua presença (e *presença-para-os-outros*) no tempo. Esta prática caracteriza-se pela gestão por parte dos indivíduos do conjunto de vestígios de informações e imagens que vão produzindo continuamente, de forma a conseguirem, ao longo do tempo, algo que se assemelhe a uma história. Estas novas funções de *arquivar* permitem a ligação entre os domínios que estavam anteriormente separados: os meios de comunicação de massa e a comunicação interpessoal.

A necessidade de *arquivar* por parte dos indivíduos resulta do desejo de legar a sua história de vida à posteridade. No entanto, devido à excessiva produção de material mediático coloca-se o problema do demasiado tempo útil necessário aos utilizadores para organizarem e arquivarem todo esse material, dificultando a estruturação da sua história de modo a tornar-se perceptível para os outros utilizadores. A resposta a esse problema é dada por novos tipos de práticas que surgem da adaptação dos próprios dispositivos a estas necessidades. Um exemplo actual é o do Facebook, que adoptou um novo sistema de publicação, a cronologia, que permite aos seus utilizadores organizarem a sua informação cronologicamente, com o objectivo de conseguirem contar as suas histórias de vida.

Se antigamente as formas dominantes de *arquivar* eram o diário ou álbum de fotos inseridos num contexto religioso ou de lazer, actualmente, surgem novas possibilidades de partilha desse material de arquivo, inseridas num contexto online e menos individualizado.

### **Práticas complexas**

As práticas podem não ser, mas muitas vezes são hábitos: a repetição habitual é uma das formas das acções se estabilizarem enquanto práticas. O conceito de práticas complexas surge do facto de algumas práticas relacionadas com os média serem melhor entendidas enquanto articulações complexas de muitas práticas relacionadas com os média e por vezes, também de práticas não relacionadas com os média. Estas práticas complexas podem igualmente envolver *sequências de acção* ou o condicionamento mútuo de múltiplas acções (Couldry, 2012). Desta forma, o autor considera as seguintes práticas complexas:

### Manter-se ligado à informação (Keeping up with the news)

A prática complexa de *se manter ligado à informação* dá origem a outras práticas ainda mais complexas como a de narrar a vida de alguém através das notícias, ou a de orientar-se para o mundo público através do consumo destas notícias.

A actual proliferação das interfaces noticiosas leva a que a prática de se manter ligado à informação seja uma articulação de muitas pequenas práticas: hoje em dia, para além do consumo habitual de informação através da televisão ou da rádio em horários fixos, é possível mantermo-nos ligados à informação através da internet (sites com informação actualizada regularmente), através do telemóvel (mensagens escritas com as principais notícias da actualidade ou aplicações que permitem aceder aos jornais *online*), através do *e-mail* (*links* enviados por amigos para a partilha de informação), através de blogues de informação seguidos regularmente, ou até através dos jornais distribuídos gratuitamente na rua em diferentes horários. O desenvolvimento destas diferentes práticas vai alterar substancialmente o padrão de consumo de informação no espaço e no tempo anteriormente verificado, uma vez que a Internet e os dispositivos móveis permitem aceder e actualizar a informação em qualquer lugar, a qualquer hora, regularmente. Por isso, o tempo despendido em cada uma destas práticas na obtenção de mais informação sobre uma mesma notícia pode variar drasticamente.

Consequentemente, as indústrias dos média vão adaptando os seus modelos económicos e formas de trabalhar à mudança verificada no padrão de distribuição espaço-temporal da prática de *se manter ligado às notícias*. Esta mudança de configuração pode continuar a evoluir radicalmente, por razões assentes na alteração e reorganização das práticas diárias de procurar informação, e não por dever cívico.

### Comentar (*Commentary*)

O enorme fluxo de informação produzido pelos meios de comunicação digitais e a conseqüente quantidade de coisas que requerem ser vistas ou lidas levou à necessidade de seleccionar certo tipo de informação em detrimento de outra. A resposta a essa necessidade por parte dos utilizadores é dada através do envio sinais uns aos outros, ou seja, através da prática de *comentar* as informações publicadas com a intenção de chamar a atenção para os conteúdos que para eles têm mais interesse. Com o desenvolvimento da Internet e com a adaptação das próprias plataformas a esta necessidade, a possibilidade de *comentar* e conseqüentemente de seleccionar informação, tem sido largamente ampliada. Também a

Internet permite que estes comentários sejam automaticamente arquivados e sejam visíveis online a todos os utilizadores, ultrapassando as anteriores limitações da prática de *comentar* nos média tradicionais (como um grito para a televisão, um rabisco num livro ou uma observação a um amigo), que se perdiam com o tempo.

Estas alterações levam igualmente à transformação do conceito de *intertextualidade*, que antes dizia respeito apenas à extracção de algo latente nos textos por académicos, e que agora é algo que acontece todos os dias por meio do comentário, quer profissionalmente, quer por lazer. Por isso, devido às suas inúmeras possibilidades e contextos, o comentário é cada vez mais um factor de relevância para a economia dos média, na medida em que altera a relação entre as organizações e os seus clientes, bem como para a sociologia dos média, na medida em que esta considera o comentário enquanto *infraestrutura* para a análise social.

Com isto, o contínuo desenvolvimento da prática de *comentar*, levanta questões que nos permitem pensar sobre a forma como moldamos as nossas relações com os múltiplos média existentes.

#### Manter todos os canais abertos (*Keeping all channels open*)

A modernização dos meios de comunicação permite cada vez mais a contínua ligação dos indivíduos aos conteúdos mediáticos em qualquer lugar, o que leva ao desenvolvimento e existência do que o autor classifica como *connected presence* (Couldry, 2012: 55), ou presença conexas. Este conceito vem contrapor a anterior ideia de que apesar da capacidade de movimentação e transmissão no espaço por parte dos indivíduos ter aumentado, a infraestrutura material das suas vidas impunha que passassem mais tempo confinados a espaços privados.

Actualmente, devido à evolução da tecnologia dos meios de comunicação, os indivíduos têm a possibilidade de estarem permanentemente abertos a conteúdos vindos de todas as direcções. Desta forma, a prática de *manter todos os canais abertos* significa estar permanentemente orientado para um espaço que vai para além do privado e dos média que nele circulam.

Num contexto supersaturado pelos média, desenvolve-se uma nova possibilidade de nos abirmos ao mundo: uma abertura voluntária de tantos canais de comunicação quanto possíveis com os nossos conhecidos e com resto do mundo.

### Seleccionar (*Screening Out*)

Numa era pré-moderna, as notícias vindas de lugares distantes chegavam muito dificilmente às pessoas. Na modernidade, o fluxo de informação regular que vem de longe aumentou substancialmente e é cada vez maior, mas foi só nas duas últimas décadas que esse fluxo se tornou numa questão a gerir na vida quotidiana devido a esse aumento. Por isso, no actual ambiente dos média a selecção é quase uma questão de sobrevivência.

A necessidade e prática de *seleccionar* deriva não só do volume de informação e comunicação que se é produzido, mas também das contradições entre os diferentes tipos de fluxos de informação que nos chegam ao mesmo tempo, e essas contradições requerem tempo extra para serem resolvidas.

Com o desenvolvimento da tecnologia, e através dos dispositivos móveis actuais (como os *smartphones*) e das suas potencialidades (como as aplicações) as pessoas conseguem *seleccionar* a maioria da informação vinda dos inúmeros canais, criando a sua própria interface que é passível de ser gerida e personalizada.

A prática de *seleccionar* liga-se com questões mais amplas que tentam compreender de que forma a actual coordenação social depende de, mas também está vulnerável, à sobrecarga sistémica associada às tecnologias mediáticas.

Através da análise deste conjunto de práticas (simples e complexas) é possível compreender que tipo de usos as pessoas regularmente dão aos média e qual a mudança social que está a ocorrer dentro desta prolífera complexidade, característica da era dos média digitais.

Em conclusão, Nick Couldry (2003, 2012) pretende abrir uma nova direcção para a Teoria dos Média, formulando um novo paradigma que teoriza os média enquanto prática, ao invés da análise de textos ou processos de produção. Uma das suas questões centrais é: que conjunto de práticas são orientadas para os média e qual o papel das práticas orientadas pelos média na ordenação de outras práticas?

Para o autor, este paradigma torna-se assim mais aberto e inclusivo que os anteriores. Ainda que se insira nas ciências sociais mais do que nos estudos dos média, este paradigma pretende compreender que contribuições tem os média nas práticas sociais na generalidade.

Como referido anteriormente, nenhum paradigma é totalmente novo e inovador e por isso, também a construção deste teve por base uma contextualização histórica apoiada em diversas teorias de diferentes áreas das ciências sociais. Para o autor, a *prática* é o único conceito suficientemente amplo para nos permitir deixar a questão sobre os efeitos da existência dos média na nossa sociedade em aberto.

No debate teórico sobre a Teoria da Prática, Mark Hobart (2012) posiciona-se entre os autores que criticam a perspectiva de Nick Couldry. Hobart pretende examinar as possibilidades e problemas de reconsiderar os meios de comunicação de massa e respectivas relações sociais enquanto práticas. O autor considera que a maioria das abordagens nos estudos dos média desenvolvidas pelos investigadores europeus quanto ao conceito de *prática* são insuficientes relativamente à natureza da teoria, por implicações históricas e culturais, que podem ser ultrapassadas através de uma abordagem antropológica. Por um lado, na construção de modelos teóricos, os investigadores europeus têm grande dificuldade em reconhecer as pressuposições culturalmente específicas que lhes estão subjacentes, limitando a compreensão de certos conceitos complexos (como o de cultura, média, significado e prática) ao mundo anglófono. Ao reconhecer a complexidade do mundo vivido, Hobart defende que a antropologia pode contribuir para a teorização de determinados conceitos na área dos estudos dos média. Por outro lado, o autor considera que a delimitação do que envolve o conceito de prática é, muitas vezes, subjectiva, quando, por exemplo, este conceito é apenas entendido enquanto complemento de outros conceitos ou abordagens. Hobart refere que se os termos como *mente*, *intenção*, *compreensão*, ou *significado* têm contextos culturais que seguem determinadas teorias, a especificação do que se entende por prática envolve igualmente certas pressuposições. Neste sentido, realça que a antropologia contribui com a possibilidade distinta de reconhecer e trabalhar inúmeras formas de imaginar e envolver-se com o mundo sem reduzir determinados conceitos a outros.

Hobart considera que a abordagem de Nick Couldry é um bom ponto de partida para o debate em torno da prática nos estudos dos média. Ao formular um novo paradigma que analisa as práticas relacionadas com, ou orientadas para os média, Couldry aproxima-se da perspectiva do autor no sentido em que considera que o conceito de prática tem sido alvo de pouca atenção na investigação dos meios de comunicação e que é fundamental para a sua compreensão e análise. No entanto, Hobart discorda da abordagem sociológica de

Couldry uma vez que revela problemas evidentes na construção de uma base teórica geral nos estudos dos média. O autor defende que utilizar a teoria sociológica para resolver problemas antropológicos se revela “deselegante, incoerente e impraticável” (Hobart, 2012: 58).

Desta forma, Hobart considera que existem três problemas fundamentais na abordagem sociológica de Couldry. O primeiro problema diz respeito à capacidade do investigador compreender as práticas de outras pessoas, uma vez que uma compreensão exacta teria que ter implícita uma teoria de referência correspondente, uma hermenêutica universal e um acesso directo à mente das pessoas (Hobart, 2012). De acordo com Wallace (1961, referido por Hobart, 2012), não existem bases para presumir que é possível compreender as declarações de outra pessoa, mesmo que num diálogo entre interlocutores próximos. Apenas podemos assumir que é possível interrogar o que foi dito de acordo com os nossos próprios quadros de referência. Consequentemente, Hobart conclui que a variabilidade dos quadros de referência entre as pessoas é tão grande, que se torna improvável para o investigador conseguir compreender as práticas dos actores sociais em análise.

O segundo problema relaciona-se com a tradução. Segundo Quine (1960, referido por Hobart, 2012) fora das fronteiras restritas das línguas ocidentais europeias, a tradução radical é um problema devido à quantidade de manuais pelos quais é possível traduzir os enunciados. De acordo com Hesse (1978, referido por Hobart, 2012) o problema levantado por Quine sobre a indeterminação de referência aplica-se não só à tradução de enunciados, como também ao tipo de materiais utilizados pelos cientistas sociais. Desta forma, o segundo problema apontado por Hobart revela-se na irrelevância que a tradução e a interpretação têm tido no desenvolvimento da teoria da prática para os investigadores europeus.

O terceiro problema baseia-se fundamentalmente na assunção de que as compreensões do objecto de estudo são proporcionais às do investigador, e de que o investigador consegue saber o significado que os participantes dão às suas práticas através de uma abordagem sociológica. Hobart considera que o argumento de Swidler relativo à hierarquia e autoridade das práticas (no qual Nick Couldry inspira a sua perspectiva) falha na análise dos problemas sobre a compreensão e a tradução. Para o autor, esta teoria sociológica da prática desenvolvida pelos dois autores, objectiva, hierarquiza e normaliza o

objecto de estudo num contexto eurocêntrico, tal como faziam os seus antecessores. Hobart sublinha que esta teoria se revela ineficaz e mal sucedida por pretender a compreensão dialógica das práticas de uso dos média.

Em síntese, Hobart considera que a abordagem de Couldry à teoria da prática é “decepcionante” (2012: 60) pela falta de fontes teóricas apropriadas para o desenvolvimento do seu trabalho. Consequentemente, o autor pretende compreender o que envolve o conceito de prática e expor as características que, na sua opinião, o definem melhor. Hobart não considera que exista uma definição única, aceitável e coerente de prática e defende que cada abordagem depende das bases teóricas e dos interesses de cada investigador. No seu caso individual, o seu enfoque incide sobre a forma como as práticas transformam os grupos e indivíduos e sobre as condições desta articulação. Para o autor, a “prática não é um objecto natural, mas um quadro de referência que usamos para interrogar a realidade complexa” (Hobart, 2012: 62), o que significa que qualquer evento ou conjunto de actividades é articulado pelo agente ou indivíduo enquanto uma prática (Hobart, 2012). Desta forma, do conjunto de práticas existentes, Hobart interessa-se especialmente pelas práticas que articulam, reflectem sobre, questionam e revêm outras práticas.

Relativamente à ontologia, Hobart defende o princípio da parcimónia, em que cada novo elemento traz consigo uma história de uso prévio. Por isso, o seu objectivo é, sempre que possível, voltar a descrever os conceitos necessários nos termos da acção ou da prática, articulando estes conceitos às práticas constitutivas que lhes estão associadas em ocasiões particulares. Para o autor, os meios de comunicação tornaram-se centrais nessa articulação uma vez que as práticas de consumo dos média, quando articuladas com outras práticas (de representação, mediação ou comentário sobre essas práticas), são passíveis de ser ordenadas, e, conseqüentemente, as práticas analíticas e de comentário quer do investigador, quer dos seus interlocutores, passam a ser parte do objecto de estudo.

Neste sentido, Hobart defende que o conceito de prática não é complementar a outros conceitos (como sistema, estrutura, ordem ou indivíduos), mas substitui-os. Da mesma forma, considera que os pressupostos sobre os sujeitos individuais têm que ser repensados através das práticas pelas quais são constituídos, divididos ou abordados e têm que aprender a reconhecer-se a si próprios. Consequentemente, o autor realça a importância da agência individual, e sublinha que a sua abordagem não-dualista facilita a compreensão do papel de articulação dos meios de comunicação de massa.

Assim, realçando a importância da articulação e da agência, Hobart define práticas enquanto “reconhecidas e complexas formas de actividade social e de articulação, através das quais os agentes se mantêm ou alteraram a si mesmos, aos outros e ao seu mundo, sob condições variáveis” (Hobart, 2012: 63). O autor defende que esta é uma definição deliberadamente aberta, evitando os pressupostos de um posicionamento universal como o Eurocentrismo ou a antecipação do que as outras pessoas imaginam ser a prática.

Relativamente à forma mais apropriada da prática se circunscrever ao estudo dos média, Hobart propõe o conceito de *práticas relacionadas com os média*, em oposição ao conceito desenvolvido por Couldry de *práticas orientadas para os média*, uma vez que ao direccionar as práticas directamente para os meios de comunicação, Couldry exclui o “contexto social no qual as pessoas se envolvem com, usam, discutem sobre, ou ignoram os média” (Hobart, 2012: 69).

As questões epistemológicas relacionadas com a compreensão e interpretação das práticas de outras pessoas pelos investigadores europeus revelam-se também tema de debate para o autor. Hobart questiona o método utilizado por estes investigadores relativamente à representação das práticas de outros indivíduos uma vez que “não temos acesso directo ao que as outras pessoas pensam sobre as suas práticas” (Hobart, 2012: 64). Como resposta a este impedimento, o autor apresenta o método da reconstituição, desenvolvido por Collingwood nos anos de 1940 que define que “não podemos assumir a experiência partilhada, a compreensão ou os pressupostos” (Hobart, 2012: 64) de outras pessoas e, por isso, o investigador tem que reconstituir através do seu próprio pensamento tudo o que a pessoa em análise estava a fazer enquanto se expressava sobre as suas práticas. De acordo com este método, para “compreender as práticas de outras pessoas é necessário o reconhecimento das pressuposições implícitas nos seus pensamentos e acções, não no abstracto, mas de como estes são utilizados na prática para avaliar as suas próprias acções e as dos outros” (Collingwood, 1940, referido por Hobart, 2012: 65). Hobart considera que o investigador deve então utilizar “a sua teoria e formação para criticamente suportar a interrogação das provas, que incluem as compreensões recolhidas através da reconstituição” (Hobart, 2012: 65).

Para o autor, uma abordagem mais consistente à prática requer não só repensar o objecto de estudo, como também repensar de raiz a forma como se define o estudo dos média e a mediação, no sentido em que as articulações e dependências entre as corporações

mediáticas, os meios de comunicação de massa, os indivíduos e as suas práticas são muito mais complexas do que os enquadramentos teóricos desenvolvidos pelos investigadores europeus se propõem estudar.

Hobart termina a sua análise e crítica reforçando o argumento de que a definição desenvolvida por Couldry de *práticas orientadas para os média*, que tem por objectivo compreender o conceito de prática no âmbito do estudo dos meios de comunicação, prioriza o meio sobre todos os outros aspectos da acção social, que, segundo o autor, são fundamentais para a compreensão das práticas sociais influenciadas pelos média, mas não necessariamente orientadas para eles. Neste sentido, e por oposição à abordagem de Couldry, defende que a sua definição de *práticas relacionadas com os média* “fornece uma circunscrição inicial do conjunto de todas as práticas identificáveis numa sociedade, a qualquer momento” (Hobart, 2012: 67), o que permite identificar e analisar o conjunto de práticas e de alterações de práticas em que os meios de comunicação de massa podem ter inúmeras implicações, mas que não são práticas directamente orientadas para os média. Desta forma, Hobart conclui que é fundamental incluir na definição e análise das práticas nos estudos de média, a complexidade da vida social da qual os meios de comunicação fazem parte a partir da perspectiva dos sujeitos envolvidos nessas práticas.

#### **1.4 Mark Deuze e o conceito de *Media Life***

No âmbito da Teoria da Prática dos Média, têm-se desenvolvido outras perspectivas e teorias que visam a compreensão do papel dos média nas sociedades contemporâneas. Uma delas é a desenvolvida por Mark Deuze. O autor introduziu o conceito de *Media Life* que pretende caracterizar a imersão da vida quotidiana dos indivíduos nos média. Esta perspectiva torna-se relevante para esta investigação no sentido em que enquadra teoricamente o contexto actual, no qual se inserem os indivíduos em análise (jovens dos 18 aos 35 anos) nesta investigação.

O conceito de *Media Life*, desenvolvido por Mark Deuze na obra *Medialife* de 2012, caracteriza as sociedades contemporâneas em que a vida das pessoas está imersa nos média: “nas últimas décadas, as principais categorias da vivência e da actividade humanas convergiram numa simultânea e contínua exposição a, uso de, e imersão nos média” (Deuze, 2012: X).

A presença contínua dos meios de comunicação na vida quotidiana deve-se a um conjunto de atributos que caracterizam os média actualmente: o facto de serem omnipresentes, de não se poderem desligar, de serem *indeterminados* (ou seja, de não acabarem nem serem estáticos) e de envolverem uma agência criativa. (Deuze, 2012) Desta forma, o conceito de *Media Life* debruça-se sobre como os média são simultaneamente necessários e inevitáveis na nossa existência e sobrevivência. O autor explica este conceito decompondo-o: o termo *media* (média) diz respeito a quaisquer sistemas (simbólicos ou tecnológicos) que permitam, estruturam ou amplifiquem a comunicação entre as pessoas; a noção de *life* (vida) inclui viver uma vida *viva*, uma vida que valha a pena viver, que vá para além do simples *fazer acontecer* do dia-a-dia (Deuze, 2012). Ao interligar estas dois conceitos num único, o autor desafia os leitores a repensar de que forma se compreendem e compreendem o mundo em que vivem partindo do pressuposto que vivemos não *com* os média, mas *nos* média.

Deuze (2012) considera que as sociedades urbanas contemporâneas são o reflexo deste novo conceito. Nas grandes cidades, as pessoas circulam pelo espaço público utilizando os média privados (como o telemóvel, camara fotográfica ou dispositivos de música portáteis) e estão simultaneamente rodeadas por todo um ambiente exterior envolto em média. Para o autor, “o espaço da cidade tornou-se no espaço dos média” (Deuze, 2012: 2). Partindo do conceito desenvolvido por Roger Silverstone de *mediapolis*, que diz respeito ao “espaço público amplamente mediado em que os média sustentam e dominam as experiências e expressões da vida quotidiana” (Deuze, 2012: 2), Deuze realça que é neste espaço que os média se tornam infinitamente interligados a qualquer forma de ser, ver, movimentar e actuar dos indivíduos. Consequentemente, o autor considera que os média não devem ser encarados apenas enquanto dispositivos electrónicos, ou práticas isoladas, mas sim enquanto parte integrante das nossas práticas diárias, influenciando o sentido que damos ao mundo, na sua complexidade.

Desta forma, o conceito de *Media Life* propõe que “as formas como experienciamos, damos sentido, ou actuamos no mundo estão sempre interligadas aos média. E neste processo, todos *nos tornamos* média” (Deuze, 2012: 5).

Relativamente ao espaço em que este processo se desenrola, Deuze (2012) considera que, como referido anteriormente, a *Media Life* é característica das sociedades urbanas contemporâneas. Na análise ao espaço geográfico das cidades, este tende a ser

compreendido enquanto um “campo aberto ou uma infraestrutura dos média que se auto-actualiza constantemente” (Jong e Schuilenburg, 2006, citado em Deuze, 2012: 7) devido essencialmente aos elementos constitutivos da *Media Life* (instantaneidade, conectividade, espaço ilimitado e tempo intemporal), e à tendência cada vez maior da população mundial viver em áreas urbanas. (Deuze, 2012). É por esta razão que o autor considera que uma vida mediada pelos média não se pode apenas estruturar simbolicamente na omnipresença e difusão dos média, mas deve ser estruturada nas infraestruturas tecnológicas das nossas vidas. Consequentemente, Deuze afirma que, por um lado, “(...) viver numa cidade ou numa região urbana pode ser visto simultaneamente como condição e consequência da *Media Life*” (2012: 11), e realça que, por outro lado, “(...) a nossa experiência de espaço e lugar é simultaneamente fixada localmente e expandida globalmente em virtude (e como consequência) dos média” (2012: 12).

Actualmente, as cidades são desenvolvidas e construídas para que as pessoas estejam continuamente imersas nos média, proporcionando uma constante interacção em três níveis: entre os indivíduos e os dispositivos electrónicos, entre os indivíduos entre si, mas também entre os indivíduos e a própria cidade. Assim, a vivência nas e das cidades é realizada em tempo real através dos média, física e virtualmente em simultâneo (Deuze, 2012). Neste contexto, Deuze considera que o conceito de *Media Life* pode ser entendido como “uma tentativa perspéctica de preencher o fosso existente entre o suposto *lado nenhum* dos média e o *algum lado* da vida” (2012: 15), defendendo que os espaços e lugares em que habitamos, tanto físicos como virtuais, são melhor entendidos enquanto construções permanentes, que são geridas pelas próprias pessoas que integram este ecossistema.

Este ambiente é exacerbado pelo facto de o desenvolvimento tecnológico levar a uma crescente fusão entre os seres humanos e a tecnologia. Por um lado, os média são cada vez mais humanos na sua performance; por outro lado, as pessoas apropriam-se de tal forma dos meios de comunicação que já não é possível o debate sobre os efeitos positivos ou negativos dos mesmos nas pessoas, uma vez que fazem implicitamente parte do ambiente que as envolve e, muitas vezes, são integrados nos seus próprios corpos (Deuze, 2012). Deuze realça o interesse desta tendência para a compreensão do conceito de *Media Life* na medida em que revela uma “consideração deliberada da tangência e transição relativas às fronteiras entre o físico e o não-físico, entre máquinas e seres humanos” (2012: 23). Neste

sentido, a constatação desenvolvida por McLuhan de que os média são extensões das faculdades humanas (psíquicas ou físicas) permite reconhecer que o impacto dos média vai muito para além do seu conteúdo e que os média não diferem da vida, mas enquanto extensões da mesma amplificam, aceleram, sobrecarregam, ampliam, aproximam, afastam, redigem e focalizam a vida (Deuze, 2012).

Partindo da ideia desenvolvida por Sigmund Freud no ensaio *Civilization and Its Discontents* de que o que nos é familiar e conhecido se pode tornar profundamente desconhecido e estranho aquando de uma observação efectuada de forma distinta, Deuze (2012) observa que os média, ao mesmo tempo que ampliam a vida, nos podem fazer ver o mundo à nossa volta e a nós mesmos de forma diferente, expondo-nos à estranheza da vida quotidiana. Por isso, o autor realça que “a actual fusão entre informação e organismos, entre homens e máquinas, entre os média e a vida amplifica e acelera uma noção distinta de estranheza na nossa percepção diária do mundo que nos rodeia” (Deuze, 2012: 26). Esta estranheza provém da confrontação dos indivíduos com algo inesperado ou desconhecido e é aplicável à corrente hibridização do homem-máquina, no sentido em que este fenómeno (inesperado e desconhecido) levanta questões relativas a onde começa e acaba a vida, à forma de dar sentido a esta nova realidade, e também relativamente à forma como os indivíduos dão significado aos sentimentos e relações que mantêm com os média (Deuze, 2012). Isto deve-se ao crescente envolvimento e interligação dos meios de comunicação na vida dos indivíduos uma vez que actualmente “os média são algo em que nós vivemos, assim como são tecnologias que usamos para expressão, informação, influência e entretenimento” (Rothenbuhler, 2009, citado em Deuze, 2012: 27).

Desta forma, Deuze (2012) conclui que no contexto actual não é possível conceber uma vida não mediada, uma vez que os média e a vida se implicam mutuamente:

“Todos e quaisquer meios de comunicação devem ser vistos enquanto sistemas tecno-sociais ou socio-tecnológicos – ao determinarem o que as pessoas podem dizer e experienciar, enquanto estão, ao mesmo tempo, sujeitos às transformações originárias do processo social do seu uso diário” (Deuze, 2012: 28).

Em síntese, o conceito de *Media Life* propõe que as pessoas, os média, os espaços e locais são agentes activos no processo de co-constituição da vida quotidiana. O autor salienta que a actual convergência entre a vida e os média é um processo contestado e

contínuo e, por isso, é um processo moral, que inclui descrições e explicações sobre de que forma as pessoas e as coisas estão e no que se poderão tornar, num contexto tecnológico em contínuo desenvolvimento.

Assim, o principal objectivo de Mark Deuze ao analisar a relação existente entre a vida e os média e consequentemente ao desenvolver o conceito de *Media Life* é, como o próprio indica, compreender “de que forma se assemelha uma vida com os média que seja boa, apaixonante e responsável” (Deuze, 2012: 32).

# **PARTE II**

## **Os Média e o Quotidiano**

# 1. Metodologia

## 1.1 Pesquisa Qualitativa

Recordando o principal objectivo de investigação anteriormente anunciado na introdução do presente trabalho, neste capítulo, pretende-se compreender o fenómeno da alteração de práticas de uso dos meios de comunicação aquando de mudanças de estados emocionais. Para isso, enunciaremos quais as questões que estão associadas a este fenómeno, definindo qual o método de pesquisa mais apropriado para a sua compreensão e qual a técnica de tratamento e análise de dados que utilizaremos.

Partindo do assumido posicionamento científico interpretativista e do enquadramento teórico e conceptual apresentado, esta será uma pesquisa qualitativa, uma vez que pretendemos compreender a realidade e a atribuição de significados por parte dos indivíduos, e não encontrar padrões ou regularidades sociais.

De acordo com o Método Weberiano que pretende compreender a actividade social, a pesquisa qualitativa deve estabelecer-se em três etapas: a *compreensão*, a *interpretação* e a *explicação*. A *compreensão* prende-se com a capacidade de conseguir apreender o sentido das experiências dos sujeitos estudados, uma vez que “captar os significados sociais construídos e partilhados pelos agentes não pode ser feito sem compreensão da própria acção” (Fleury, 2003: 26). O investigador deve posicionar-se no papel dos actores sociais, porque, de acordo com a perspectiva de Weber, “para compreender como os agentes constroem o mundo é necessário transpormo-nos para o deles” (Fleury, 2003: 26). No entanto, a apreensão e compreensão de significados só deve acontecer através da neutralidade axiológica do investigador, ou seja, através do “esforço de indiferença aos valores necessária à diligência científica” (Fleury, 2003: 26). A *interpretação* é possível através da construção de ideais-tipo que são uma “construção abstracta, de estatuto provisório, que se revela como ferramenta conceptual da compreensão causal, susceptível de ordenar o caos, a diversidade infinita do real” (Fleury, 2003: 28). Por fim, a *explicação* estabelece cadeias de causalidade entre os fenómenos, e, por isso, “a explicação determina, na opinião de Weber, a convocação de um pluralismo causal” (Fleury, 2003: 30). Na perspectiva de Weber não é possível separar a explicação do nível da compreensão, uma vez que é a compreensão dos fenómenos que permite pôr em evidência aquilo que os explica: “é artificial atribuir a Weber que a compreensão antecede a explicação

(compreender para melhor explicar) porque Weber admite também o recíproco inverso (explicar para melhor compreender) ” (Fleury, 2003: 31).

Assim, é possível atribuir à pesquisa qualitativa as seguintes características: desenrola-se numa lógica intensiva, em que se pretende explorar, aprofundar e compreender a realidade ou um fenómeno social; a pesquisa do social é elaborada na perspectiva dos actores, captando a subjectividade; é revelada a importância do significado, isto é, deve reconstituir-se o sentido atribuído pelos actores sociais às suas acções e ao mundo que os rodeia.

## **1.2 Método de Recolha de Dados**

As principais técnicas de recolha de informações associadas à pesquisa qualitativa são: Recolha de dados verbais (entrevista individual, em profundidade (directiva, semidirectiva, não directiva); entrevista de grupo; entrevista biográfica) e Recolha de dados visuais (observação directa; observação etnográfica; fontes iconográficas; filmes e outros documentos audiovisuais; outras fontes documentais) (Creswell, 2010).

Esta investigação terá como método de pesquisa a entrevista individual, em profundidade, semidirectiva. A escolha de um método qualitativo é consequente da análise apresentada anteriormente, uma vez que, como referido, pretendemos compreender a atribuição de significados por parte dos actores sociais. Um dos principais objectivos para os quais este método é adequado diz respeito à “análise do sentido que os actores dão às suas práticas e aos acontecimentos com os quais se vêm confrontados” (Quivy e Campenhoudt, 2008: 193).

A entrevista individual em profundidade pode abordar várias temáticas distintas e centra-se no entrevistado, visando a análise das suas atitudes e percepções:

“Instaura-se, assim, em princípio, uma verdadeira troca, durante a qual o interlocutor do investigador exprime as suas percepções de um acontecimento ou de uma situação, as suas interpretações ou as suas experiências, ao passo que, através das suas perguntas abertas e das suas reacções, o investigador facilita essa expressão, evita que ela se afaste dos objectivos de investigação e permite que o interlocutor aceda a um grau máximo de autenticidade e profundidade.” (Quivy e Campenhoudt, 2008: 192)

O facto de ser uma entrevista semidirectiva permite dar mais liberdade ao entrevistado nas suas respostas uma vez que existe um guião com um conjunto de tópicos

que não necessita de ser seguido rigidamente, mas que permite não fugir ao tema em análise: “O investigador esforçar-se-á simplesmente por reencaminhar a entrevista para os objectivos cada vez que o entrevistado deles se afastar e por colocar as perguntas às quais o entrevistado não chega por si próprio.” (Quivy e Campenhoudt, 2008: 193).

As principais vantagens da entrevista individual em profundidade prendem-se com a possibilidade de atingir um bom grau de aprofundamento nas respostas, de conhecer os conceitos e a linguagem da população de estudo, de ter em conta as motivações que determinam determinados comportamentos, de interpretar as expressões emitidas pelo entrevistado e, finalmente, o facto de possibilitarem a flexibilidade na compreensão de significados (Quivy e Campenhoudt, 2008). São igualmente de menor custo relativamente aos métodos de pesquisa quantitativos, como o inquérito por questionário. As desvantagens desta técnica dizem respeito à possibilidade de respostas falsas, à dependência da capacidade dos actores sociais verbalizarem os seus raciocínios, à interinfluência entre investigador e entrevistado, o que pode levar à subjectividade (Quivy e Campenhoudt, 2008), e também ao tempo que é necessário despendar nesta fase da investigação.

### **1.2.1 Elaboração da Entrevista**

Uma vez que nos interessa estudar o fenómeno de alteração de práticas de uso dos meios de comunicação aquando de alterações dos estados emocionais, pareceu-nos mais vantajoso para a nossa investigação a escolha deste método, visto que pretendemos compreender e interpretar a atribuição de significados sobre esta realidade por parte dos actores sociais em análise. A escolha deste método teve também por base a possibilidade de elaboração de um guião que permita aos entrevistados falarem e analisarem a sua relação com os média em momentos específicos e delicados das suas vidas, com a liberdade necessária para expressarem o que sentem sem se sentirem constrangidos por um conjunto de questões fechadas e impositivas.

Desta forma, partindo da questão de investigação: “De que forma é que os jovens (18-35 anos) se relacionam com os média aquando de alterações nos seus estados emocionais?”, elaborámos um guião para a entrevista que permitisse uma melhor compreensão do fenómeno em análise (ver Anexo A). Este guião foi elaborado no âmbito do projecto em curso “Laço Social, Depressão e os Média”, tem um total de 30 questões e está dividido em três partes: “Percurso de vida com os média”, em que pretendemos

compreender de que forma os entrevistados se relacionavam com os média na sua infância e qual a evolução da relação com os meios de comunicação ao longo do seu tempo de vida; “Uso dos média actualmente”, em que pretendemos saber qual o uso que os entrevistados fazem dos média actualmente; e, finalmente “Alteração de Estados Emocionais e o Uso dos Média” em que pretendemos saber se há alguma alteração no consumo dos meios de comunicação aquando de uma alteração nos estados emocionais.

### **1.3 População de Estudo**

Relativamente à construção da população de estudo, a nossa População Teórica serão os jovens portugueses entre os 18 e os 35 anos, residentes na área urbana de Lisboa, que utilizem meios de comunicação na sua vida quotidiana. A escolha desta População Teórica deve-se essencialmente à proximidade etária e geográfica com o objecto de estudo, bem como à utilização transversal de meios de comunicação pelos jovens.

A População de Referência serão 6 jovens escolhidos aleatoriamente que utilizem meios de comunicação frequentemente, que se encontrem na faixa etária 18-35 anos e que residam na área urbana de Lisboa. O número de entrevistas escolhido justifica-se pela escolha da técnica em si, o facto de se tratar de uma entrevista individual, semidirectiva permite obter um elevado grau de profundidade nas respostas dos entrevistados e, conseqüentemente possibilita a obtenção de informação suficiente para que se possa considerar uma População de Referência empiricamente válida. De acordo com Quivy e Campenhoudt, quando se escolhe um método de entrevista semidirectiva, “o investigador não pode, regra geral, dar-se ao luxo de entrevistar muito mais do que umas dezenas de pessoas.” (2008: 163).

Neste sentido, optou-se por uma abordagem exploratória, uma vez que mais do que querer generalizar os resultados para a população em estudo, esta investigação pretende começar a vislumbrar tendências do fenómeno em análise, identificando aspectos relevantes e pistas de trabalho para posterior aprofundamento e desenvolvimento em sede de Doutoramento.

### **1.4 Análise de Entrevistas**

O tratamento das entrevistas será realizado através da análise e interpretação das práticas, sentidos e significados que os média têm na vida dos entrevistados em diferentes

contextos. Para isso, começaremos por analisar as práticas associadas ao percurso de vida com os média, de seguida, analisaremos as práticas de uso e consumo destes meios no momento presente das suas vidas e, por fim, forcar-nos-emos de forma mais detalhada na alteração de práticas aquando de alterações nos estados emocionais.

## **2. Análise de Entrevistas**

Neste capítulo, pretendemos fazer a análise das entrevistas realizadas (ver Anexo B), através do levantamento das informações e dados mais relevantes para o objectivo principal desta investigação, a saber: compreender se existem alterações nas práticas de uso e consumo de meios de comunicação aquando de alterações nos estados emocionais dos actores sociais e quais essas alterações.

Esta análise estará dividida de acordo com as três partes que constituíram o guião das entrevistas (designadamente Percurso de Vida com os Média, Uso dos Média Actualmente e Alteração de Estados Emocionais e o Uso dos Média) e o principal objectivo é agrupar e categorizar os dados para uma melhor compreensão dos resultados obtidos de forma a podermos, posteriormente, interpretá-los à luz da teoria existente.

### **2.1 Percurso de Vida com os Média**

A primeira parte da entrevista realizada é caracterizada por cinco questões que se debruçam sobre a utilização dos meios de comunicação por parte dos entrevistados durante a sua infância e sobre a evolução da sua relação com os mesmos durante o seu crescimento.

A elaboração desta parte da entrevista teve por base dois objectivos principais: por um lado, compreender de que forma se caracteriza a alteração de práticas dos actores sociais ao longo do tempo e quais as variáveis dessa alteração; por outro lado, enquadrar os entrevistados no tema em análise, com o intuito de os familiarizar com os conceitos utilizados ao longo da entrevista e torná-los conscientes das suas práticas de consumo e uso de meios de comunicação.

Desta forma, faremos de seguida o levantamento das principais informações e dados que tenham relevância para a concretização do primeiro objectivo acima enunciado.

Quando pensam na sua infância, o primeiro meio de comunicação de que os entrevistados se lembram é a televisão, sendo que Maria (24 anos)<sup>2</sup> acrescenta também a rádio e António (21 anos) refere apenas a carta.

Enquanto crianças, Joana (18 anos), António (21 anos), Maria (24 anos) e Duarte (24 anos) apontam a televisão como o meio de comunicação que mais utilizavam. Por seu lado,

---

<sup>2</sup> Todos os nomes citados são fictícios, por forma a garantir o anonimato dos entrevistados.

Madalena (32 anos) e Guilherme (35 anos) referem para além da televisão, os jornais e a rádio.

Relativamente aos conteúdos que mais viam durante esta fase das suas vidas, Joana (18 anos) costumava ver os programas infantis através de canais por cabo, António (21 anos), Maria (24 anos) e Duarte (24 anos) costumavam ver programas infantis, programas de entretenimento e telenovelas nos 4 canais generalistas e Madalena (32 anos) e Guilherme (35 anos) costumavam ver programas de informação, programas de entretenimento, programas culturais e programas de desporto no canal 1 e canal.

Quanto à evolução dos meios de comunicação durante o seu crescimento, os entrevistados consideram que foi grande, apesar de evidenciarem aspectos distintos desta evolução: Joana (18 anos) refere o desenvolvimento da internet, o aumento do número de canais de televisão e a possibilidade de fazer gravações através da *box*; António (21 anos) realça que a evolução dos meios de comunicação teve repercussões na evolução da sociedade e refere que os meios de comunicação melhoraram muito ao longo do tempo em determinados aspectos como na qualidade de imagem, mas que pioraram noutros, nomeadamente na transmissão de informação; Maria (24 anos) considera que nesta evolução houve períodos mais concentrados do que outros mas não evidencia nenhum em particular; Duarte (24 anos) sublinha que foi durante a sua adolescência que se deu o *boom* do desenvolvimento tecnológico em todos os meios de comunicação, o que se repercute na constante actualização dos mesmos; Madalena (32 anos) considera que a evolução não foi muito positiva relativamente aos conteúdos televisivos uma vez que, ao longo do tempo, tem sido dada uma maior relevância a programas para as massas, diminuindo as opções de escolha para quem não tem interesse por esses programas. No entanto, sublinha que, ao nível do desenvolvimento tecnológico, houve uma grande evolução em todos os meios de comunicação; e, por último, Guilherme (35 anos) refere momentos concretos e decisivos desta evolução como a privatização da rádio e da imprensa durante a sua adolescência, recordando particularmente o lançamento da lei da rádio que proibiu a existência de rádios piratas, e o aparecimento dos jornais Independente e Público, que vieram concorrer com o Diário de Notícias.

Relativamente à evolução da relação dos entrevistados com os meios de comunicação, os entrevistados consideram que houve uma grande evolução, à excepção de António (21 anos) que refere que a sua relação com os meios de comunicação foi

diminuindo ao longo do tempo, devido essencialmente ao facto de, na sua opinião, estes meios se terem tornado mais complicados e menos apelativos. Dos entrevistados que consideram que houve uma grande evolução na sua relação com os meios de comunicação, salientam-se as seguintes considerações: Joana (18anos) refere que na sua infância não utilizava a Internet e o telemóvel, passando a utilizar estes meios apenas durante a sua adolescência. Relativamente ao consumo de televisão, passou a ver mais canais ao longo do seu crescimento; Maria (24 anos) considera que a sua relação com os meios de comunicação é apenas recente, uma vez que refere que durante a sua infância e adolescência nunca fez uma utilização assídua destes meios; Diogo (24 anos) considera que o desenvolvimento da sua relação com os meios de comunicação acompanhou a evolução destes meios, sendo que desde a sua infância que vê muita televisão e desde a adolescência que utiliza o computador e telemóvel. Quanto ao consumo de rádio, refere que diminuiu uma vez que foi substituído pelo consumo de televisão; Madalena (32 anos) e Guilherme (35 anos) realçam ambos que na sua infância não existiam computadores e telemóveis, que a televisão tinha apenas dois canais, e tanto a rádio como a imprensa foram privatizados durante a sua adolescência. Por isso, sublinham que, ao longo do seu crescimento, acompanharam o desenvolvimento dos meios tradicionais e o aparecimento de novos meios.

Desta forma, partindo das informações acima apresentadas, é possível intuir que, relativamente aos factores que influenciam a alteração de práticas ao longo da vida dos actores sociais, se destacam: (i) o contexto social e familiar em que estavam inseridos durante a infância e adolescência, (ii) o aparecimento de novos meios de comunicação, (iii) o contínuo desenvolvimento tecnológico dos meios de comunicação, (iv) o interesse pessoal por determinados meios ou conteúdos, (v) a utilização dos meios de comunicação por necessidade.

## **2.2 Uso dos Média Actualmente**

A segunda parte da entrevista realizada é caracterizada por onze questões que incidem sobre o consumo e utilização de meios de comunicação por parte dos entrevistados no momento presente das suas vidas quotidianas.

A elaboração desta parte da entrevista teve como principal objectivo compreender as práticas de consumo dos meios de comunicação do dia-a-dia dos entrevistados para que se

pudesse, posteriormente, formular uma comparação com as práticas de consumo dos meios de comunicação aquando de alterações nos seus estados emocionais.

Assim, faremos de seguida o levantamento das informações e dados mais relevantes para a realização do objectivo acima descrito.

Quando questionados sobre os meios de comunicação que utilizam regularmente na sua vida quotidiana, todos os meios sugeridos no guião da entrevista (Jornais, Revistas, Rádio, Televisão, Internet, Redes Sociais, Jogos, Telefone, Telemóvel, Leitor de Música, Outro) foram mencionados pelos entrevistados: os entrevistados utilizam no seu dia-a-dia a Televisão, Internet e Telemóvel, cinco dos seis entrevistados utilizam as Redes Sociais e ouvem Rádio, quatro dos seis entrevistados lêem jornais e revistas, três dos seis entrevistados utilizam um leitor de música, dois dos seis entrevistados utilizam o telefone fixo e utilizam jogos, e um dos entrevistados mencionou como “Outro” a utilização do *Ipad* na sua vida quotidiana.

A utilização que os entrevistados fazem dos meios de comunicação no seu dia-a-dia varia de acordo com as práticas de uso e consumo associadas a cada meio. Relativamente às práticas associadas ao consumo de **Televisão**, meio utilizado pelos entrevistados com regularidade na sua vida quotidiana, distinguem-se o tempo que os entrevistados despendem por dia com este meio e quais os canais e conteúdos que costumam visualizar: Joana (18 anos) vê cerca de 2 horas de televisão por dia e costuma ver a telenovela da SIC, Sol de Inverno, e fazer *zapping*; António (21 anos) vê cerca de 1 a 2 horas de televisão por dia e costuma ver os programas da FOX, AXN, RTP2 e um canal por cabo de receitas; Maria (24 anos) não vê regularmente televisão, mas quando o faz, costuma ver os filmes da RTP2 e, por vezes, os canais de música como “barulho de fundo” enquanto faz outras coisas; Duarte (24 anos) vê cerca de 4 a 5 horas de televisão por dia e, ao fim-de-semana esta média aumenta para cerca das 10 horas diárias. Costuma ver telenovelas, filmes e séries através dos quatro canais generalistas, realçando que costuma ter a televisão ligada como pano de fundo enquanto, ao mesmo tempo, acede à Internet no computador; Madalena (32 anos) vê cerca de 3 a 4 horas de televisão por dia e costuma ver os programas informativos dos quatro canais generalistas, da SIC Notícias, TVI 24 e RTP Informação e dos principais canais internacionais, vê também os programas da BBC sobre animais e os programas de desporto na RTP2; por fim, Guilherme (35 anos) vê cerca de 30 minutos a 1 hora por dia de televisão e costuma ver o canal FOX e, por vezes, vê notícias

nos canais generalistas. Quanto às práticas associadas ao uso da **Internet**, meio igualmente referido pelos entrevistados, distinguem-se o tempo que os entrevistados despendem por dia com este meio e as diferentes funcionalidades que utilizam. Os entrevistados referem utilizar a Internet ao longo de todo o dia, apesar do número de horas despendidas e da utilização que fazem variar de entrevistado para entrevistado: Joana (18 anos) utiliza a Internet 2 horas por dia, normalmente através do telemóvel, para fazer pesquisas para trabalhos, aceder às Redes Sociais, ler jornais e seguir blogues; António (21 anos) utiliza a Internet 6 a 7 horas por dia para fazer pesquisas, consultar o *e-mail*, aceder às Redes Sociais, ouvir música e consultar a conta bancária *online*; Maria (24 anos) utiliza a Internet 4 a 5 horas por dia para fazer pesquisas profissionais e de entretenimento, consultar o *e-mail*, aceder às Redes Sociais, ouvir música e para ver notícias; Duarte (24 anos) utiliza a Internet 7 horas por dia para fazer pesquisas, consultar o *e-mail* e aceder às Redes Sociais; Madalena (32 anos) utiliza a Internet 10 horas por dia para fazer pesquisas profissionais e de entretenimento, consultar o *e-mail*, aceder a plataformas profissionais, aceder à conta bancária, ver notícias, e para ver séries ou filmes; por fim, Guilherme (35 anos) utiliza a Internet 11 a 12 horas por dia para fazer pesquisas profissionais e de entretenimento, consultar o *e-mail*, aceder às Redes Sociais, ouvir música, ver notícias, e como ferramenta de trabalho. O **Telemóvel** foi também referido pelos entrevistados como sendo um meio de comunicação utilizado regularmente no seu dia-a-dia e as práticas associadas ao seu consumo variam entre fazer chamadas, enviar mensagens, aceder à Internet, jogar, e usar aplicações: Joana (18 anos) utiliza o telemóvel para fazer chamadas, enviar mensagens, aceder à Internet e usar aplicações; Duarte (24 anos) utiliza o telemóvel para fazer chamadas, enviar mensagens e aceder à Internet quando não está em casa; os restantes entrevistados, António (21 anos), Maria (24 anos), Madalena (32 anos) e Guilherme (35 anos), referem que utilizam o telemóvel apenas para fazer chamadas e enviar mensagens. Relativamente às práticas associadas às **Redes Sociais**, utilizadas por cinco dos seis entrevistados, distinguem-se entre qual a rede social que costumam utilizar regularmente e quanto tempo por dia despendem na sua utilização. Os entrevistados referem utilizar unicamente o *Facebook* e todos mencionam que a sua utilização é repartida várias vezes por dia, ainda que a média de horas diárias despendidas varie entre os entrevistados: Joana (18 anos), Maria (24 anos) e Guilherme (35 anos) referem uma média de utilização de 1 hora por dia; já António (21 anos) e Duarte (24 anos) referem uma média de utilização de 7

horas diárias. Quanto às práticas associadas ao consumo de **Jornais**, meio referido por quatro dos seis entrevistados, identificam-se os hábitos de leitura e de compra: Joana (18 anos) não lê jornais regularmente e quando o faz é apenas *online*; Duarte (24 anos) raramente compra jornais, apesar de ler com alguma regularidade os que são distribuídos gratuitamente nos transportes públicos; Madalena (32 anos) lê diariamente o Público Online através da sua subscrição e, por vezes, compra o Expresso ao fim-de-semana; Guilherme (35 anos) lê diariamente jornais internacionais *online*, nomeadamente o The Guardian e o New York Times e, por vezes, compra o Público ao fim-de-semana. As **revistas**, também mencionadas por quatro dos seis entrevistados, têm igualmente como práticas associadas os hábitos de leitura e de compra: Joana (18 anos) costuma ler as revistas compradas pelos seus pais ao fim-de-semana, nomeadamente a Sábado e revistas *cor-de-rosa*; Duarte (24 anos) subscreve uma revista da sua área profissional que recebe mensalmente em sua casa; Madalena (32 anos) compra regularmente revistas de moda internacionais, nomeadamente a Elle e a Vogue e, por vezes, folheia as revistas *cor-de-rosa* mas não tem por hábito comprá-las; Guilherme (35 anos) lê regularmente *online* a revista Slate Magazine.

Relativamente à importância que os meios de comunicação têm para as suas vidas, os entrevistados consideram que têm “muita importância”, ainda que apresentem razões distintas: Joana (18 anos) justifica esta importância uma vez que estes meios permitem o contacto constante com outras pessoas; António (21 anos) considera que estes meios são muito importantes porque é através deles que consegue divulgar o seu trabalho, realçando o *Facebook* como uma das ferramentas mais úteis para esse fim; Duarte (24 anos) refere que, para a sua geração, estes meios têm um papel fundamental na transmissão de informação, ao contrário das gerações anteriores ao 25 de Abril que não tinham possibilidade de se informar sobre o que se passava em Portugal e no resto do mundo. Considera também a televisão como um dos meios mais importantes actualmente porque, por um lado, impulsiona o debate sobre os problemas sociais, possibilitando um esclarecimento mais aprofundado a quem por eles passa e, por outro lado, porque permite que as pessoas que estão isoladas se sintam mais acompanhadas; por último, Madalena (32 anos) realça a importância destes meios uma vez que os considera fundamentais para sua vida quotidiana, quer a nível profissional, quer a nível pessoal. Quanto a Maria (24 anos), considera que os meios de comunicação têm apenas “alguma importância”, referindo o

telemóvel e o computador como os meios com maior importância visto que, por um lado, o telemóvel permite o contacto com pessoas distantes de uma forma mais rápida, por outro lado, o computador, através da Internet, possibilita fazer pesquisas pessoais e profissionais e, através do *Facebook*, permite manter o contacto constante com os amigos; e Guilherme (35 anos) não atribui nenhum grau de importância, realçando apenas o meio de comunicação que considera ter mais importância na sua vida, a Internet, uma vez que, na sua opinião, é fundamental para o seu trabalho e entretenimento.

As razões apontadas pelos entrevistados que justificam a utilização de uns meios de comunicação em detrimento de outros são: a mobilidade - referida por Joana (18 anos) -, a fácil acessibilidade - referida por Joana (18 anos), por António (21 anos) e por Duarte (24 anos) -, a multifuncionalidade - referida por Joana (18 anos) -, a utilidade que os meios de comunicação têm para a sua vida - referida Maria (24 anos) -, a actualização contante - referida por Duarte (24 anos) -, a satisfação de necessidades pessoais e profissionais - referida por Madalena (32 anos) - e, por fim, as potencialidades do meio - referida por Guilherme (35 anos).

Quando questionados sobre como imaginariam a sua vida sem meios de comunicação, Joana (18 anos) e Madalena (32 anos) consideram que seria “mais difícil”: Joana refere que sem os meios de comunicação não poderia entrar em contacto com as pessoas tão facilmente e demoraria mais tempo na realização das suas tarefas, enquanto Madalena realça a falta que lhe fariam estes meios tanto a nível pessoal, porque lhe permitem estar em contacto com as pessoas de uma forma mais rápida e acessível, como a nível profissional, uma vez que perderia muito mais tempo a resolver o mesmo número de questões; quanto a António (21 anos), Maria (24 anos) e Duarte (24 anos), consideram que a sua vida sem meios de comunicação seria “diferente”: António refere que a sua vida seria mais stressante uma vez que sem a mobilidade e instantaneidade que os meios de comunicação proporcionam perderia muito mais tempo a realizar as suas tarefas, Maria realça que sem o telemóvel não poderia manter contacto com a família que vive longe de si e sem a Internet despenderia muito mais tempo a realizar pesquisas a nível profissional, uma vez que teria que se deslocar a uma biblioteca para o fazer, Duarte salienta que sem o telemóvel não poderia entrar em contacto tão facilmente com as pessoas que estão longe, mas considera que se não existissem computador e televisão na sua vida, poderia aproveitar o tempo que despende com esses meios para fazer coisas uteis, nomeadamente

sair mais de casa; por fim, Guilherme (35 anos) considera que a sua vida sem meios de comunicação seria “igual” uma vez que já viveu muito tempo sem a generalidade destes meios. No entanto, reconhece que, actualmente, seria impossível viver sem a Internet, uma vez que é única ferramenta e base do seu trabalho.

Relativamente à aquisição recente de algum meio de comunicação, os entrevistados dizem ter adquirido um novo meio de comunicação nos últimos dois anos, sendo que quatro adquiriram um telemóvel, um adquiriu um computador e outro adquiriu um Ipad. As principais razões apresentadas pelos entrevistados que justificam esta aquisição são: a avaria do anterior meio de comunicação - referida por Joana (18 anos), Maria (24 anos), Duarte (24 anos), Guilherme (35 anos) -, e a necessidade de ter um meio que, por agregar várias e diferentes funcionalidades, facilite o desempenho das tarefas diárias - referida por António (21 anos), Madalena (32 anos).

Partindo da leitura dos dados acima enunciados, é possível concluir que as práticas diárias de uso e consumo de meios de comunicação variam de acordo com os meios utilizados e com o tempo diário despendido em cada meio, e o grau de relevância que estes meios têm para a sua vida varia de entrevistado para entrevistado. No entanto, é também possível concluir que, para os entrevistados, estas práticas estão enraizadas nas suas vidas, uma vez que estes meios se revelam parte integrante das mesmas, intercalando e articulando-se com outras práticas sociais.

### **2.3 Alteração de Estados Emocionais e o Uso dos Média**

A terceira e última parte da entrevista realizada é caracterizada por catorze questões que se debruçam sobre a alteração de práticas de consumo de meios de comunicação aquando de alterações nos estados emocionais dos entrevistados. Esta parte da entrevista está dividida em duas partes distintas de acordo com os dois tipos de estados emocionais que pretendemos analisar: a primeira parte incide sobre o estado emocional depressivo e a segunda parte sobre o estado emocional de bem-estar.

A elaboração desta parte da entrevista teve como principal objectivo compreender se existem alterações nas práticas de uso e consumo de meios de comunicação aquando de alterações nos estados emocionais dos actores sociais e quais essas alterações, e, desta forma, responder à pergunta de partida uma vez que é sobre esta parte da entrevista em particular que incide o nosso objecto de estudo.

### Estado Emocional Depressivo

Os entrevistados identificaram uma fase das suas vidas em que se sentiram mais tristes, ansiosos ou deprimidos. No entanto, apenas dois dos seis entrevistados revelaram as causas desse estado emocional: Maria (24 anos) identifica uma fase muito recente da sua vida em que teve crises de ansiedade e ataques de pânico muito fortes e frequentes; Guilherme (35 anos) identifica uma fase da sua vida em que esteve deprimido por ter ido trabalhar sozinho para o estrangeiro por um período de tempo.

Quando questionados sobre como descreveriam um dia típico das suas vidas durante essa fase das suas vidas, os entrevistados consideraram ter mantido as suas rotinas, apesar de referirem alterações no seu estado emocional em geral e nalgumas tarefas diárias: Joana (18 anos) refere que num dia típico da sua vida enquanto esteve num estado emocional depressivo manteve a sua rotina, apesar de no geral se sentir muito triste; António (21 anos) considera que continuou a fazer exactamente as mesmas coisas mas com um estado de espírito diferente; Maria (24 anos) realça que durante essa fase da sua vida muito do seu tempo era passado em casa, com receio de sair à rua; Duarte (24 anos) refere que continuou a fazer a sua vida normalmente, sem grandes alterações; Madalena (32 anos) considera que enquanto esteve num estado emocional depressivo acordar era muito difícil, demorava mais tempo a fazer as coisas e desejava que o dia passasse o mais rapidamente possível. Acrescenta que, durante o dia, por um lado, não sentia vontade de realizar as tarefas diárias, mas, por outro lado, tentava fazer coisas que a pudessem animar. À noite, sentia dificuldade em adormecer. Madalena realça que apesar destas alterações, tentou sempre manter a sua rotina, vivendo-a apenas de outra forma; por fim, Guilherme (35 anos) refere que um dia típico da sua vida durante essa fase se baseava em ir trabalhar, e depois ir para casa, comer qualquer coisa e ir dormir.

Quanto a alterações nas relações sociais com as pessoas que lhes são mais próximas, os entrevistados consideraram que as suas relações sociais se alteraram nesta fase das suas vidas e todos referem ter existido um afastamento de determinadas pessoas: Joana (18 anos) considera que as suas relações se alteraram no sentido em que se aproximou de certas pessoas por precisar de ajuda e se afastou de outras para não ter de justificar este estado emocional; António (21 anos) refere que as suas relações sociais se alteraram durante esta fase uma vez que ficou mais reservado; Maria (24 anos) realça que as suas

relações sociais se alteraram uma vez que se afastou das pessoas mais próximas e, simultaneamente, impediu a sua aproximação; Duarte (24 anos) considera que as suas relações sociais não sofreram muitas alterações, salientando que apenas passava menos tempo com os amigos, uma vez que passava mais tempo em casa; Madalena (32 anos) refere que as suas relações se alteraram uma vez que se afastou de determinadas pessoas e aproximou-se de outras que a ajudassem a não pensar no que estava a sentir; e, por fim, Guilherme (35 anos) realça que as suas relações se alteraram porque como estava no estrangeiro e o contacto com as pessoas era dificultado, e, por isso, sentia-se mais isolado da família e amigos.

Relativamente à alteração de hábitos de consumo, os entrevistados reconhecem ter alterado alguns dos seus hábitos de consumo durante esta fase das suas vidas: António (21 anos) considera que passou a consumir muito menos no geral, sem especificar os sectores de consumo; Maria (24 anos) realça que o número de vezes que ia ao supermercado durante esta fase diminuiu significativamente devido por um lado à perda de apetite e, por outro lado, por evitar sair à rua; Duarte (24 anos) refere que passava mais tempo em casa e, por estar mais triste, consumia mais doces; Madalena (32 anos) reconhece que existiram algumas alterações nos seus hábitos em geral, nomeadamente quanto às tarefas diárias, uma vez que deixou de ter vontade de as realizar, quanto aos espaços que frequentava, deixando de ir para espaços com muitas pessoas como supermercados ou centros comerciais, e, finalmente, quanto ao consumo de peças de vestuário, cujo consumo se reflectiu em necessidades abruptas de comprar roupa como uma fuga ao que sentia; Guilherme (35 anos) refere que foi forçado a alterar os seus hábitos de consumo por se encontrar noutro país durante esta fase e foi esse facto que reforçou e influenciou o seu estado e não o contrário; por fim, Joana (18 anos) considera que durante esta fase da sua vida não existiram quaisquer alterações nos seus hábitos de consumo.

Quando questionados sobre a alteração de práticas no uso e consumo de meios de comunicação durante um estado emocional depressivo, os entrevistados consideram que existiram determinadas alterações. O principal factor comum apontado pelos entrevistados para justificar o aumento do consumo de determinados meios durante esta fase das suas vidas é a necessidade de distração, por outro lado, os principais factores apontados que justificam a diminuição do consumo são a falta de paciência e disposição, e a necessidade de afastamento de outras pessoas: Joana (18 anos) refere que o seu consumo de meios de

comunicação aumentou, principalmente o do *Facebook*, uma vez que passava mais tempo em casa e, por isso, era uma forma de se distrair e de manter contacto com os amigos sem ter que estar fisicamente com eles; António (21 anos) refere que, durante esta fase, existiram alterações nas suas práticas de uso e consumo dos meios de comunicação sendo que o seu consumo de telemóvel e de computador diminuiu por serem ferramentas de comunicação com outras pessoas e, por outro lado, aumentou o seu consumo de televisão à noite para se distrair. António descreve a sua relação com os meios de comunicação durante esta fase como um “casamento obrigado” uma vez que, apesar de não ter vontade de os utilizar, a sua vida forçava-o a isso; Maria (24 anos) refere que passou a utilizar mais o telemóvel para conversar com a mãe (à noite chegava a estar 5 horas em contacto permanente), de forma a sentir-se mais segura e acompanhada, e passou a estar mais horas no *Facebook*, uma vez que permitia manter contacto com as pessoas sem ter que estar com elas fisicamente. Maria considera que o seu consumo dos meios de comunicação aumentou no geral e que a sua principal utilidade passou a ser a distração; Duarte (24 anos) considera que a sua relação com os meios de comunicação durante esta fase se alterou uma vez que por um lado, passou a ver mais televisão por passar mais tempo em casa e como forma de se distrair e de se sentir acompanhado, realçando que a televisão estava sempre ligada e ficava em casa a ouvi-la funcionar, por outro lado, o seu consumo de jornais, revistas, livros, computador e Internet diminuiu porque não tinha capacidade de concentração nem paciência para a utilização destes meios; Madalena (32 anos) considera que passou a utilizar muito menos os meios de comunicação durante esta fase da sua vida: a televisão e conteúdos noticiosos por sentir que reforçavam um estado depressivo, o telemóvel, exceptuando questões profissionais, porque não queria conversar e ter que justificar a sua tristeza a outras pessoas, a Internet a nível profissional manteve a mesma utilização, contudo, diminuíram as pesquisas pessoais e de entretenimento, e, por fim, os hábitos de leitura do jornal Público também se alteraram no sentido em que passava muito menos tempo a lê-lo. Desta forma, considera que o seu consumo e utilização de meios de comunicação diminuíram muito no geral por falta de paciência e disposição para estes meios. Contudo, refere que, durante esta fase, o seu consumo de revistas de moda aumentou como forma de distração; por fim, Guilherme (35 anos) considera que o consumo que fazia dos meios de comunicação diminuiu no geral por estar longe de casa e,

consequentemente, mais deprimido. No entanto, refere que durante esta fase passou a jogar mais computador à noite como forma de alienação e para passar o tempo.

Apesar de para os entrevistados terem existido alterações nas práticas de uso e consumo de meios de comunicação, referem que não existiu nenhum meio de comunicação que tivessem deixado de consumir ou utilizar durante o estado emocional depressivo.

Considerando um *antes, durante e depois* desta fase, os entrevistados referem apenas alterações durante o estado emocional depressivo, referindo que as práticas de uso e consumo dos meios de comunicação que tinham antes desta fase das suas vidas se mantiveram inalteráveis após a mesma.

### Estado Emocional de Bem-Estar

Os entrevistados identificaram uma fase das suas vidas em que se sentiram mais felizes, otimistas ou num estado emocional de bem-estar. No entanto, apenas um dos seis entrevistados revelou as causas desse estado emocional: Guilherme (35 anos) considera que, no momento presente da sua vida, se encontra num estado emocional de bem-estar por ter nascido recentemente o seu primeiro filho.

Quando questionados sobre como descreveriam um dia típico durante essa fase das suas vidas, os entrevistados consideram ter mantido as suas rotinas, apesar de evidenciarem uma maior predisposição para saírem de casa e estarem com outras pessoas: Joana (18 anos) refere que num dia típico da sua vida enquanto esteve num estado emocional de bem-estar fazia as mesmas coisas, ainda que passasse mais tempo fora de casa; António (21 anos) considera que manteve a sua vida quotidiana, sublinhando que os seus estados emocionais não alteram a sua vida quotidiana; Maria (24 anos) realça que durante essa fase da sua vida manteve a sua rotina, mas tendeu a sair mais de casa para espairer e a estar mais vezes com os amigos; Duarte (24 anos) refere que manteve a sua rotina, mas saía mais de casa, uma vez que sentia maior vontade de passear, e, se estivesse bom tempo, ia com mais frequência a jardins ou à praia; Madalena (32 anos) descreve que enquanto esteve num estado emocional de bem-estar acordava bastante cedo, arranjava-se rapidamente e ia beber café antes do trabalho. Chegava ao emprego bem-disposta e com muita vontade de trabalhar. No regresso a casa, preferia ir a pé, em vez de utilizar os transportes públicos. Quando chegava a casa, ia desfrutar do seu terraço até à hora de jantar e, antes de se ir deitar, via um filme; por fim, Guilherme (35 anos) refere que num

dia típico desta fase da sua vida, acorda, toma banho com o filho e toma o pequeno-almoço. Depois vai para a secretária trabalhar, onde costuma passar o resto do dia. Ultimamente, tem, por opção, trabalhado mais em casa. À noite, janta com a família e vai-se deitar.

Quanto a alterações nas relações sociais com as pessoas que lhes são mais próximas, os entrevistados consideram que as suas relações sociais se alteraram nesta fase das suas vidas, sendo que quatro dos entrevistados referiram como principal alteração uma maior predisposição para estar com as pessoas mais próximas: Joana (18 anos) considera que as suas relações se alteraram uma vez que tinha tendência a dar-se mais e melhor com as pessoas; Maria (24 anos) realça que as suas relações alteraram no sentido em que procurou com mais frequência a companhia dos seus amigos; Duarte (24 anos) considera que as suas relações se alteraram uma vez que, por se sentir mais feliz, procurava estar mais com os seus amigos, ria-se mais e gostava mais de os agradar; Madalena (32 anos) refere que as suas relações sociais se alteraram porque sentia que tinha uma maior disponibilidade mental e, por isso, sentia-se mais aberta para conversar e estar com as pessoas; Guilherme (35 anos) realça que as suas relações sociais não sofreram grandes alterações, salientando apenas que, por ter que estar mais em casa por causa do filho, não tinha tanto tempo para sair de casa e estar com os amigos; e, por fim, enquanto exceção, António (21 anos) refere que as suas relações sociais não sofreram qualquer tipo de alteração durante esta fase, tendo mantido a mesma relação com os seus familiares e amigos.

Relativamente à alteração de hábitos de consumo, reconhecem ter alterado alguns dos seus hábitos de consumo durante esta fase das suas vidas: António (21 anos) considera que passou a consumir mais, sem especificar os sectores de consumo; Maria (24 anos) realça que durante uma fase de maior bem-estar na sua vida existiram alterações no consumo alimentar, uma vez que o seu estado de espírito influencia muito a sua alimentação e, por isso, durante esta fase, passou a comprar mais artigos no supermercado; Madalena (32 anos) considera que, quando se sente mais bem-disposta, os seus hábitos de consumo aumentam e diferenciam-se, reflectindo-se, por exemplo, numa maior vontade de ir a eventos sociais; Guilherme (35 anos) refere que durante esta fase de bem-estar da sua vida consequente do nascimento do seu primeiro filho, deixou de sair tanto à noite e reduziu o consumo de bebidas alcoólicas; por fim, Joana (18 anos) e Duarte (24 anos) não

consideram que tenham existido quaisquer alterações nos seus hábitos de consumo durante esta fase das suas vidas.

Quando questionados sobre a alteração de práticas no uso e consumo de meios de comunicação durante o estado emocional de bem-estar, os entrevistados consideram que existiram determinadas alterações. O principal factor comum apontado pelos entrevistados para justificar o aumento do consumo de determinados meios durante esta fase das suas vidas é a necessidade de estar em contacto com outras pessoas e a necessidade de entretenimento e lazer, por outro lado, o principal factor apontado que justifica a diminuição do consumo é a necessidade de passar mais tempo fora de casa e, por isso, não ter tanto tempo e disposição para despender com estes meios: Joana (18 anos) refere que o seu consumo de meios de comunicação diminuiu, uma vez que não passava tanto tempo em casa e estava mais com os amigos; António (21 anos) considera que por um lado, o seu consumo de televisão e computador diminuiu porque passava mais tempo na rua, por outro lado, o consumo do telemóvel aumentou porque procurava com maior frequência estar em contacto com as pessoas; Maria (24 anos) realça que o seu consumo dos meios de comunicação durante esta fase da sua vida diminuiu consideravelmente uma vez que por estar mais tempo fora de casa, passava menos tempo no computador durante o dia, menos tempo nas Redes Sociais, procurando com maior frequência o contacto físico com as pessoas, e também menos tempo ao telemóvel com a mãe, utilizando-o apenas para chamadas rápidas; Duarte (24 anos) considera que a sua relação com os meios de comunicação durante esta fase se alterou uma vez que por um lado, passava menos tempo a ver mais televisão (ainda que continuasse a ser uma prática diária e frequente da sua vida) e no computador, e, por outro lado, o seu consumo de música e hábitos de leitura aumentaram uma vez que, por sair mais vezes de casa e se sentir mais feliz, tinha uma maior predisposição para estas práticas. Quanto ao consumo de telemóvel, refere que se manteve inalterado; Madalena (32 anos) considera que o seu consumo de meios de comunicação aumentou bastante no geral uma vez que para si estes meios são essencialmente uma fonte de entretenimento e lazer e, por estar mais bem-disposta, a vontade de lazer também aumentou. Madalena refere ainda as razões que a levaram a aumentar o consumo e utilização dos diferentes meios: do telemóvel, porque queria estar mais em contacto com as pessoas, o do computador, porque aumentou o número de pesquisas de lazer e entretenimento, e o de televisão e leitura de jornais, nomeadamente

conteúdos noticiosos, porque tinha mais prazer em ver e ler notícias; por fim, Guilherme (35 anos) considera que o seu consumo destes meios em geral, nomeadamente o consumo de televisão, rádio e jornais em papel, diminuiu muito por falta de tempo mas também por desinteresse. Quanto à utilização da Internet refere que se manteve igual, ou talvez tenha aumentado ligeiramente, por lhe permitir satisfazer todas as necessidades em menos tempo.

Tal como no estado emocional depressivo, apesar de para os entrevistados terem existido alterações nas práticas de uso e consumo de meios de comunicação, referem que não existiu nenhum meio de comunicação que tivessem deixado de consumir ou utilizar durante o estado emocional de bem-estar.

Considerando um *antes*, *durante* e *depois* desta fase, também referem apenas alterações durante o estado emocional de bem-estar, referindo que as práticas de uso e consumo dos meios de comunicação que tinham antes desta fase das suas vidas se mantiveram inalteráveis após a mesma. No entanto, Maria (24 anos) realça a dificuldade de distinguir temporalmente uma fase de bem-estar na sua vida uma vez que encara este estado emocional como a sua normalidade; também Guilherme (35 anos), por esta fase coincidir com o nascimento do seu primeiro filho, como referido anteriormente, considera que ainda a está a viver e, por isso, não consegue fazer uma comparação relativamente a um *depois* deste estado emocional de bem-estar.

Partindo das informações acima descritas, pode intuir-se a existência de alterações nas práticas de consumo dos meios de comunicação aquando de alterações nos estados emocionais dos jovens, quer seja num estado emocional depressivo, quer seja num estado emocional de bem-estar. Intui-se igualmente que estas alterações de práticas de consumo dos meios de comunicação são consequência das manifestações que estes estados emocionais provocam nos actores sociais: de acordo com estes dados em estados emocionais depressivos, as alterações de práticas no consumo dos meios de comunicação dão-se essencialmente pela necessidade de distração e de distanciamento relativamente às outras pessoas, e em estados emocionais de bem-estar estas alterações dão-se por necessidades de entretenimento ou lazer, e de aproximação às pessoas. É a partir destes dados que desenvolveremos de seguida a discussão dos resultados obtidos à luz da teoria existente, elaborando uma análise crítica que permita dar resposta à nossa questão de partida e alcançar o nosso objectivo de investigação.

### 3. Discussão de Resultados

Os resultados obtidos nesta pesquisa permitem-nos compreender que os meios de comunicação são parte integrante da vida das pessoas. Se tivermos por base o conceito de *Media Life* desenvolvido por Deuze (2012) e partindo dos relatos da análise realizada às práticas de uso e consumo destes meios, é possível perceber que a forma como os indivíduos experienciam, dão sentido ou actuam no mundo actualmente estão sempre interligadas com os média. Nesta perspectiva, Deuze (2012) defende que os média se fundem com todos os aspectos da vida quotidiana e não devem, por isso, ser vistos apenas como agentes externos que influenciam a vida dos indivíduos.

Foi partindo deste contexto que a nossa análise teve por base a Teoria da Prática dos média na perspectiva de Nick Couldry (2006, 2012), que agora se torna fundamental para responder ao objectivo a que nos propusemos nesta investigação.

A análise do consumo e uso dos média sob o prisma da Teoria da Prática permite compreender o que fazem as pessoas com os média em diferentes situações e contextos e coloca as questões por referência ao que estas fazem em relação aos média nos contextos em que actuam (Couldry, 2006). De facto, de acordo com os relatos dos nossos entrevistados, ficou a perceber-se que o contexto social e familiar em que as pessoas estão inseridas durante a infância e adolescência pode influenciar a alteração de práticas ao longo das suas vidas.

Por outro lado, também o aparecimento de novos meios de comunicação e o contínuo desenvolvimento tecnológico destes contribui para a alteração de práticas de consumo dos meios de comunicação ao longo da vida dos indivíduos. Este factor de influência pode ser justificado pelo facto de, actualmente, a contínua presença dos meios de comunicação na vida das pessoas ser fruto de determinados atributos que caracterizam os novos média, como sublinha Deuze (2012). Para este autor, como referido anteriormente, os novos meios de comunicação caracterizam-se por serem omnipresentes, por não se poderem desligar, por serem indeterminados, e por envolverem uma agência criativa, o que vai influenciar fortemente a sua utilização.

Por fim, os últimos factores de influência na alteração do consumo de meios de comunicação por parte dos indivíduos ao longo das suas vidas são, de acordo com a nossa pesquisa, por um lado, o interesse pessoal por determinados meios ou conteúdos e, por outro lado, a utilização dos meios de comunicação por necessidade. Couldry (2012)

considera que as práticas relacionadas com os média são moldadas por necessidades básicas de coordenação, interação, comunidade, confiança e liberdade, e, por isso, é necessário ter em conta que determinadas necessidades influenciam a variedade de práticas e a sua alteração.

Após a análise do percurso de vida das pessoas com os meios de comunicação, torna-se pertinente definir quais as dimensões que têm relevância para a compreensão da alteração das práticas que se relacionam com, ou que são orientadas para os média na vida quotidiana dos indivíduos. De acordo com os nossos entrevistados, estas práticas variam consoante os meios utilizados, o tempo diário despendido com cada meio e a relevância que cada um tem para a vida das pessoas.

A análise das práticas diárias de uso e consumo dos meios de comunicação permitiu igualmente compreender que estas práticas estão enraizadas nas vidas das pessoas, intercalando e articulando-se com outras práticas sociais. Couldry (2006) salienta este aspecto quando refere que existe uma ligação de autoridade entre certas práticas dos média em relação a outras práticas que é reflexo da noção de *ritual*. Para o autor, as práticas rituais permitem ancorar todo o tipo de outras práticas que se insiram nas mesmas categorias e valores e, desta forma, considera que as dimensões ritualizadas da prática dos média têm um papel de ordenação em relação a outras práticas sociais.

Por último, a ênfase que Couldry (2006) coloca na resposta ao tipo de coisas que as pessoas fazem com os média e ao tipo de coisas que as pessoas dizem em relação aos média, permite-nos compreender que existem alterações nas práticas de uso e consumo de meios aquando de alterações nos estados emocionais dos indivíduos. Esta evidência responde assim ao principal objectivo desta investigação. Efectivamente, é possível concluir que um mesmo meio reflecte diferentes práticas e diferentes sentidos em diferentes estados emocionais. Uma mudança de estado emocional leva a mudanças biológicas que se reflectem no comportamento das pessoas. Como vimos anteriormente, quando uma pessoa está num estado emocional de bem-estar, apesar de não se verificarem alterações fisiológicas significativas, desenvolve-se uma maior disponibilidade e entusiasmo para fazer coisas e desenvolver objectivos. Por outro lado, quando se encontra num estado emocional depressivo, existe uma quebra de energia e de entusiasmo pelas actividades da vida durante um longo período de tempo (Goleman, 1997). Uma vez que todos os aspectos das suas vidas quotidianas se fundem com os meios de comunicação

(Deuze, 2012), estas alterações vão ter repercussões nas práticas de consumo de meios de comunicação, no sentido em que os indivíduos dependendo se estão num estado emocional depressivo ou num estado emocional de bem-estar, vão relacionar-se de forma distinta com os meios de comunicação. Desta forma, de acordo com os relatos dos nossos entrevistados, em estados emocionais depressivos, as alterações de práticas dão-se essencialmente pela necessidade de distração/evasão e de distanciamento relativamente às outras pessoas, e em estados emocionais de bem-estar estas alterações dão-se por necessidades de entretenimento ou lazer, e de aproximação às pessoas.

Torna-se assim pertinente compreender como cada meio de comunicação, de acordo com o estado emocional, vai reflectir diferentes práticas e diferentes sentidos nos e para os indivíduos.

## **Televisão**

Relativamente às práticas associadas ao consumo de televisão, as dimensões de análise escolhidas foram o tempo diário de visualização e os canais e conteúdos visualizados.

De acordo com a nossa análise, a televisão é um meio de comunicação utilizado frequentemente, reflectindo-se numa prática diária da vida dos jovens. Quanto aos significados que a televisão tem, este meio reflecte-se como uma possibilidade de distração e entretenimento, uma fonte de informações e, muitas vezes, funciona apenas como barulho de fundo na realização de outras tarefas. Relativamente à importância que este meio tem para a vida das pessoas, de acordo com os relatos dos nossos entrevistados, este é um meio considerado importante uma vez que impulsiona o debate sobre problemas sociais, possibilitando um esclarecimento mais aprofundado a quem por eles passa e, por outro lado, permite que as pessoas que estão isoladas se sintam mais acompanhadas.

No que respeita à alteração de práticas aquando de mudanças nos estados emocionais é possível, a partir dos relatos dos entrevistados, identificar que as práticas acima mencionadas sofrem alterações quando existem mudanças para um estado emocional depressivo ou para um estado emocional de bem-estar. Partindo destas pistas, a tendência é que, num estado emocional depressivo, o consumo de televisão aumente por se passar mais tempo em casa, pela necessidade de distração/evasão e por se encarar este meio como forma de companhia. Estes resultados confirmam as características de um estado

emocional depressivo propostas por Goleman (1997) das quais realçamos a quebra de energia e do entusiasmo pelas actividades da vida, que conseqüentemente levam a um maior isolamento em casa. Por outro lado, num estado de bem-estar, este consumo tende a diminuir, sendo que a principal razão apontada é o facto de se sair mais de casa. Apesar desta tendência, não podemos deixar de referir que a alteração destas práticas se pode manifestar no sentido inverso. Assim, de acordo com a nossa análise, num estado emocional depressivo o consumo televisivo pode diminuir por se considerar que os seus conteúdos reforçam este estado emocional, e num estado emocional de bem-estar, este consumo pode ter tendência a aumentar por existir uma maior predisposição e vontade de mais informação e entretenimento.

Desta forma, relativamente aos conteúdos visualizados, pode-se concluir, partindo dos relatos dos nossos entrevistados, que num estado emocional depressivo tendem a ver-se mais programas de entretenimento como forma de distração e evasão e menos programas informativos uma vez que estes podem reforçar este estado emocional.

## **Internet**

No que respeita às práticas associadas à utilização da Internet, as dimensões de análise escolhidas foram o tempo que os entrevistados despendem por dia com este meio e as diferentes funcionalidades que utilizam.

Partindo dos relatos dos entrevistados, a Internet é um meio de comunicação utilizado regularmente pelos jovens, reflectindo-se numa prática diária das suas vidas. Quanto aos significados que a Internet assume para as pessoas, este meio reflecte-se como uma ferramenta de trabalho e de entretenimento. De acordo com esta análise, as principais funcionalidades utilizadas habitualmente são as pesquisas pessoais e profissionais, o acesso a notícias, o acesso ao *e-mail*, o acesso às Redes Sociais, o acesso à conta bancária, a visualização de filmes e series e a audição de música. Estes resultados revelam-se ilustrativos da ideia de Couldry (2012) de que o desenvolvimento tecnológico e a adaptação das necessidades humanas à era digital geraram novas práticas relacionadas com os média, nomeadamente com a Internet. Como referido e desenvolvido no primeiro capítulo desta investigação, este autor distingue entre práticas simples (*pesquisa* e *facilitadores de pesquisa, mostrar e ser mostrado, estar presente e arquivar*) e práticas complexas (*manter-se ligado à informação, comentar, manter todos os canais abertos e*

*seleccionar*). Partindo dos resultados obtidos nesta análise, percebe-se que todas estas práticas são habituais e diárias na vida das pessoas e respondem às necessidades criadas por uma nova forma de viver nos e com os média. Desta forma, relativamente à importância que a Internet tem para a vida das pessoas, esta pesquisa permitiu compreender que este é um meio considerado importante uma vez que é uma ferramenta de trabalho, permite satisfazer diversas necessidades a partir de um único meio e em menos tempo, e, simultaneamente, dá uma maior liberdade ao utilizador na escolha e selecção de informação, ao contrário dos meios tradicionais.

No que respeita à alteração de práticas aquando de mudanças nos estados emocionais, partindo dos relatos dos nossos entrevistados, conclui-se que as práticas acima mencionadas se alteram quando as pessoas se sentem mais deprimidas ou felizes. A tendência, partindo destes dados, é que num estado emocional depressivo, exceptuando para fins profissionais, a utilização da Internet tende a diminuir, por falta de paciência e capacidade de concentração. Por outro lado, num estado de bem-estar, esta utilização tende igualmente a diminuir, sendo a principal razão apontada o facto de se sair mais de casa. Apesar desta tendência, não podemos deixar de referir que a alteração destas práticas se pode manifestar no sentido inverso quanto ao estado emocional de bem-estar, sendo que esta utilização pode tender a aumentar devido a uma maior vontade de fazer pesquisas pessoais e de entretenimento e à possibilidade deste meio satisfazer todas as necessidades em menos tempo.

### **Telemóvel**

Quanto às práticas associadas à utilização do telemóvel, a dimensão de análise escolhida foi a utilização das diferentes funcionalidades deste meio de comunicação: fazer chamadas, enviar mensagens, aceder à Internet, jogar e usar aplicações.

De acordo com a nossa análise, o telemóvel é um meio de comunicação utilizado frequentemente pelas pessoas, reflectindo-se numa prática diária das suas vidas. Relativamente aos significados que o telemóvel poderá ter, este meio reflecte-se essencialmente como uma ferramenta de comunicação com outras pessoas, mas também como um meio que integra várias funcionalidades e permite desempenhar tarefas com uma maior mobilidade. Partindo dos relatos dos nossos entrevistados, o telemóvel é maioritariamente utilizado para fazer chamadas e enviar mensagens, ainda que cada vez

mais seja também utilizado para aceder à Internet e usar aplicações. Relativamente à importância que o telemóvel tem para a vida dos indivíduos, de acordo com a nossa análise, este é um meio considerado importante uma vez que permite o contacto rápido, pessoal e constante com as pessoas que estão fisicamente distantes.

Quanto à alteração de práticas e significados aquando de mudanças nos estados emocionais, conclui-se a partir dos relatos obtidos nesta pesquisa, que as práticas acima mencionadas se alteram quando existe uma mudança para um estado emocional depressivo ou para um estado emocional de bem-estar. A tendência, partindo dos relatos dos entrevistados, é que num estado emocional depressivo, a utilização do telemóvel tende a diminuir por se querer evitar o contacto com outras pessoas e por se querer evitar ter que justificar o estado emocional. Por outro lado, num estado de bem-estar, esta utilização tende a manter ou aumentar, sendo que a principal razão apontada é o facto de se ter uma maior vontade de manter o contacto e conversar com outras pessoas. Estes resultados confirmam as tendências apresentadas pelo Relatório Mundial de Felicidade de 2013 relativas às consequências de estados emocionais de bem-estar que dizem que as pessoas que estão mais felizes têm uma maior probabilidade de serem mais sociais. Apesar desta tendência, não podemos deixar de referir que a alteração destas práticas se pode manifestar no sentido inverso. Assim, de acordo com a nossa análise, num estado emocional depressivo utilização do telemóvel pode aumentar pela necessidade de uma pessoa se sentir constantemente acompanhada por outra, e num estado emocional de bem-estar, esta utilização pode ter tendência a diminuir por já não existir essa necessidade.

## **Redes Sociais**

Relativamente às práticas associadas à utilização de Redes Sociais, as dimensões de análise escolhidas foram qual a rede social que costumam utilizar regularmente e quanto tempo por dia despendem na sua utilização.

Partindo dos relatos dos nossos entrevistados, as Redes Sociais são meios de comunicação utilizados habitualmente pelos jovens, reflectindo-se numa prática diária das suas vidas. Quanto aos significados que as Redes Sociais assumem, estes meios reflectem-se, no geral, como possibilidades de distração e entretenimento, ferramentas de comunicação e como ferramentas de trabalho. Segundo Couldry (2012), as Redes Sociais são exemplos das práticas emergentes de *Estar Presente e Arquivar*, que surgem de novas

necessidades humanas provenientes do desenvolvimento tecnológico, como referido anteriormente. Para o autor, *Estar Presente* através das Redes Sociais, possibilita aos indivíduos, grupos e instituições porem em circulação informação sobre e representações de si próprios a fim de conseguirem manter uma presença pública. Relativamente à prática de *Arquivar*, Couldry salienta que esta advém da tentativa das pessoas de gerirem a sua presença no tempo, de forma a conseguirem, ao longo do tempo, algo que se assemelhe a uma história. Um exemplo concreto desta prática é o *Facebook* por ter adoptado um novo sistema de publicação, a cronologia, que possibilita aos seus utilizadores organizarem a sua informação cronologicamente (Couldry, 2012). A integração destas práticas na vida das pessoas no contexto actual é comprovado pela nossa análise uma vez que, de acordo com os nossos entrevistados, a principal Rede Social utilizada é o *Facebook*, sendo que a sua utilização é efectuada várias vezes ao dia durante curtos a médios períodos de tempo, o que ilustra o crescente desenvolvimento de novas necessidades humanas de adaptação à era digital. Relativamente à importância que o *Facebook* tem para a vida das pessoas, de acordo com a nossa análise, este é um meio considerado importante uma vez que permite o contacto com as pessoas que estão fisicamente distantes e pode ser utilizado enquanto ferramenta de trabalho, no sentido em que permite a divulgação de eventos e publicação de conteúdos.

No que respeita à alteração de práticas aquando de mudanças nos estados emocionais, é possível identificar a partir dos relatos dos nossos entrevistados, que existe uma alteração nas práticas acima mencionadas, quando as pessoas se sentem mais deprimidas ou felizes. A tendência, partindo destas pistas de análise, é que num estado emocional depressivo, a utilização do *Facebook* tende a aumentar devido essencialmente à necessidade de distração e à possibilidade de se manter contacto com as pessoas sem ter que se estar fisicamente com elas. Por outro lado, num estado de bem-estar, esta utilização tende a diminuir, sendo a principal razão apontada o facto de se sair mais de casa e se procurar mais o contacto físico com outras pessoas. Apesar desta tendência, não podemos deixar de referir que a alteração destas práticas se pode manifestar no sentido inverso quanto ao estado emocional depressivo, sendo que esta utilização pode tender a diminuir pela necessidade de se evitar qualquer contacto com outras pessoas.

## Jornais e Revistas

No que respeita às práticas associadas ao consumo de Jornais e Revistas, as dimensões de análise escolhidas foram os hábitos de leitura e os hábitos de compra destes meios de comunicação.

Partindo dos relatos dos entrevistados, os Jornais e Revistas são meios de comunicação utilizados com alguma regularidade pelos jovens, reflectindo-se, muitas vezes, em práticas diárias das suas vidas. Quanto aos significados que os Jornais e Revistas assumem, é necessária uma divisão entre estes meios, uma vez que os Jornais se reflectem como uma fonte de informações e notícias, e as Revistas, exceptuando as de cariz profissional, reflectem-se como possibilidade de entretenimento e lazer. De acordo com esta análise, a principal tendência nos hábitos de compra e leitura de Jornais é do seu consumo ser feito diariamente, cada vez mais *online* (através da leitura de notícias publicadas em portais, da pesquisa em sites especializados, ou através da sua subscrição) e em dispositivos móveis (através do telemóvel ou do *tablet*); verifica-se igualmente uma tendência crescente do consumo de jornais distribuídos gratuitamente. Relativamente ao consumo de Revistas, os relatos dos entrevistados dizem-nos que a tendência é que o seu consumo não seja diário, mas regular e seja essencialmente através da sua compra física, apesar de também se verificar, ainda que com menos frequência, um consumo *online* deste meio. Quanto à importância que os Jornais têm para as pessoas, de acordo com a nossa análise, estes são um meio considerado importante por lhes permitir manterem-se informadas; as Revistas são consideradas um meio pouco importante na vida das pessoas, uma vez que são utilizadas apenas com alguma regularidade como forma de entretenimento.

Relativamente à alteração de práticas aquando de mudanças nos estados emocionais, a partir dos relatos dos entrevistados foi possível identificar que as práticas acima mencionadas se alteram quando existe uma mudança para um estado emocional depressivo ou para um estado emocional de bem-estar. A tendência, partindo destas pistas, é que num estado emocional depressivo, o consumo de Jornais tende a diminuir devido essencialmente à falta de paciência, à falta de capacidade de concentração e à sensação de que os conteúdos noticiosos reforçam este estado emocional. Estas pistas confirmam as características apresentadas pela Organização Mundial de Saúde (2012) sobre o estado depressivo das quais se salienta a sensação de cansaço e a falta de concentração. Por outro

lado, o consumo de revistas tende a aumentar por necessidade de distração e entretenimento. Num estado emocional de bem-estar, o consumo de Jornais tende a aumentar por existir uma maior predisposição para se ser informado, e tende a manter-se o consumo habitual de Revistas. Também estes dados confirmam as características de um estado emocional de bem-estar propostas por Goleman (1997) das quais realçamos uma maior disponibilidade e entusiasmo para desempenhar tarefas, neste caso, para procurar informação.

Em suma, com base nesta análise, poder-se-á concluir que o modo como os jovens se relacionam com os meios de comunicação aquando de mudanças nos estados emocionais se altera a par das mudanças biológicas e comportamentais verificadas nos estados emocionais depressivo e de bem-estar.

Desta forma, a partir dos relatos dos entrevistados ficou a compreender-se que um mesmo meio de comunicação pode reflectir diversas práticas e significados em diferentes estados emocionais. A tendência verificada é que quando os jovens se encontram em estados emocionais depressivos, tendem a passar mais tempo em casa e a isolar-se das pessoas e, por isso, as alterações de práticas no uso e consumo de meios de comunicação dão-se essencialmente pela necessidade de distração, de evasão e de distanciamento relativamente a outras pessoas. Em estados emocionais de bem-estar os jovens tendem a sair mais à rua e a estar mais tempo fisicamente com as pessoas, e por isso, as alterações dão-se por necessidades de entretenimento ou lazer, e de comunicação com outras pessoas.

Estas alterações reflectem-se em diferentes usos dos meios em si (quer sejam, a Televisão, a Internet, os Telemóveis, as Redes Sociais e/ou Jornais e Revistas), o que evidencia que o mesmo meio pode traduzir diversas práticas, sentidos e significados por parte dos jovens dependendo do estado emocional em que se encontrem.

## Conclusão

É consensual que se assiste hoje a um crescente envolvimento e interligação dos meios de comunicação na vida dos indivíduos. Actualmente, os média são algo em que nós vivemos, assim como tecnologias que usamos para vários fins, quer sejam informação, influência, expressão ou entretenimento, não sendo possível conceber uma vida não mediada, uma vez que os média e a vida se implicam mutuamente (Rothenbuhler, 2009, citado em Deuze, 2012).

Couldry (2006) considera que o valor que a Teoria da Prática acrescenta à investigação é o de ser possível colocar questões abertas sobre o que fazem as pessoas em relação aos média e como as próprias pessoas categorizam o que estão a fazer. Assim, a partir dos relatos dos entrevistados foi possível identificar as seguintes pistas relativas aos principais factores de influência para a alteração das práticas no uso e consumo dos meios de comunicação ao longo da vida dos indivíduos: o contexto social e familiar em que se inserem; o aparecimento de novos meios e contínuo desenvolvimento tecnológico destes; o interesse pessoal por determinados meios ou conteúdos e a utilização dos mesmos por necessidade. Por outro lado, verificou-se que estas práticas variam na vida quotidiana das pessoas consoante os meios utilizados, o tempo diário despendido com cada meio e a relevância que cada um tem para a vida dos jovens.

Se pensarmos nas práticas associadas aos meios de comunicação seleccionados nesta pesquisa - designadamente Televisão, Internet, Telemóvel, Redes Sociais, Jornais e Revistas - podemos corroborar a ideia de Couldry (2012) de que o levantamento e identificação de práticas concretas relacionadas com os média são fruto do desenvolvimento tecnológico e da adaptação das necessidades humanas à era digital.

A partir dos relatos dos nossos entrevistados ficou visível a importância das práticas e significados associados ao consumo de Internet. As práticas de *Pesquisa*, *Mostrar e Ser Mostrado* ou de *Comentar*, como explora Couldry (2012), estão cada vez mais integradas na forma como agimos, tornando-se em práticas chave através das quais as pessoas moldam as suas condições de acção. Estas práticas também ilustram como o espaço público e social está a ser reinserido através das práticas relacionadas com os média e a sua análise permite levantar questões que nos fazem pensar sobre a forma como moldamos as nossas relações com os múltiplos média existentes.

Também as práticas e significados associados à utilização das Redes Sociais, como seja o *Estar Presente* e o *Arquivar* são fundamentais para responder à nossa questão de investigação. Se o *Estar Presente* é para os indivíduos consequência da necessidade de terem uma presença pública constante para além da presença física, as novas funções de *Arquivar* permitem a ligação entre os domínios que estavam anteriormente separados: meios de comunicação de massa e comunicação interpessoal.

Por outro lado, explorar as práticas e significados associados ao consumo de telemóveis, permitiu aprofundar a ideia de Couldry (2012) de que a necessidade e prática de *Seleccionar* através dos dispositivos móveis actuais e das suas potencialidades (aplicações) vai possibilitar que a informação vinda de inúmeros canais seja passível de ser gerida e personalizada pelos próprios indivíduos.

Por último, se pensarmos na prática sugerida por Couldry de *Manter-se Ligado à Informação*, proporcionada por exemplo, pela televisão ou jornais (apesar de também ser uma prática relacionada com os meios acima referidos), verificamos, através dos relatos dos nossos entrevistados, que esta prática poderá de facto dar origem a práticas ainda mais complexas como a orientação para o mundo público através do consumo de notícias.

Em suma, esta investigação, baseada na Teoria da Prática dos Média desenvolvida por Couldry (2012), permitiu-nos compreender que efectivamente os indivíduos têm actualmente a possibilidade de estarem permanentemente abertos a conteúdos vindos de todas as direcções (isto é, de *Manter Todos os Canais Abertos*), o que significa estar permanentemente orientado para um espaço que vai para além do privado e dos média que nele circulam.

Com base nestas pistas de análise, é então possível responder à questão de investigação sobre de que forma se relacionam os jovens (18-35 anos) com os meios de comunicação aquando de alterações nos estados emocionais.

Em primeiro lugar, conclui-se que existe de facto uma alteração na forma como os jovens se relacionam (usam e consomem) com os meios de comunicação quando o seu estado emocional se altera. Em estados emocionais de bem-estar, as alterações de práticas verificam-se essencialmente por necessidades de entretenimento e lazer e/ou de aproximação às pessoas, e em estados emocionais depressivos as práticas mediáticas ganham destaque por necessidade de distração/evasão e de distanciamento relativamente a outras pessoas.

Desta forma, a partir dos relatos dos entrevistados, é possível igualmente identificar que um mesmo meio encerra em si uma pluralidade de sentidos para diferentes indivíduos em estados emocionais semelhantes, mas também para um mesmo sujeito em estados emocionais distintos. Relativamente à Televisão, em estados emocionais depressivos o consumo deste meio tende a aumentar e em estados emocionais de bem-estar tende a diminuir. Estas tendências justificam-se por ser um meio utilizado essencialmente em casa como forma de entretenimento ou de distração. Quanto aos conteúdos visualizados, em estados emocionais depressivos tende a ver-se mais programas de entretenimento e menos programas informativos visto que estes podem reforçar este estado emocional. No que respeita à Internet, a tendência é que a sua utilização diminua tanto em estados depressivos como em estados de bem-estar. Esta tendência justifica-se, por um lado, pela falta de paciência e concentração em estados emocionais depressivos e, por outro lado, por se sair mais de casa em estados emocionais de bem-estar. Relativamente ao telemóvel, a tendência é que em estados emocionais depressivos o seu consumo diminua por ser associado enquanto ferramenta de comunicação e em estados emocionais de bem-estar aumente por possibilitar um maior contacto com outras pessoas. No que respeita à utilização do *Facebook*, esta tende a aumentar em estados emocionais depressivos devido à necessidade de distração e à possibilidade de manter contacto com outras pessoas sem ter que se estranhar fisicamente com elas. Num estado emocional de bem-estar, esta utilização tende a diminuir devido essencialmente por se sair mais de casa e se procurar mais o contacto físico com as pessoas. Quanto aos Jornais, o seu consumo tende a diminuir em estados emocionais depressivos uma vez que o consumo deste meio requer paciência e capacidade de concentração, e tende a aumentar em estados emocionais de bem-estar por existir uma maior predisposição para a informação. O consumo de revistas tende a diminuir em estados emocionais depressivos por ser uma forma de distração e tende a manter-se em estados emocionais de bem-estar.

Desta forma, resulta desta pesquisa que que um mesmo meio de comunicação pode reflectir diferentes usos, consumos, sentidos e significados nos jovens, quer estes se encontrem em estados emocionais depressivos, quer se encontrem em estados emocionais de bem-estar.

Num contexto supersaturado pelos média, onde se verifica uma possibilidade de nos abirmos voluntariamente ao mundo através de tantos canais de comunicação quanto

possíveis, o uso e consumo dos meios de comunicação deixa de estar confinado à imposição da infraestrutura material de que os indivíduos passem mais tempo em espaços privados, como refere Couldry (2012), podendo estas práticas de uso e consumo serem hoje um reflexo de um permanente contacto com os média.

Como ficou evidente nos relatos dos entrevistados, a tendência é que em estados emocionais depressivos existe uma maior predisposição ao espaço privado, enquanto em estados emocionais de bem-estar parece existir uma maior abertura ao espaço público (embora em ambos os ambientes seja possível uma constante presença pública para além da presença física), e uma vez que a utilização de cada meio poderá estar associada a determinado ambiente, fica explícito que esta tendência provoca alterações no uso e consumo de meios de comunicação nestes estados emocionais.

A análise das já mencionadas práticas associadas a diferentes meios de comunicação permitiu, assim, compreender que tipo de usos os jovens dão regularmente aos média e qual a mudança social que está a ocorrer dentro desta prolifera complexidade, característica da era dos média digitais (Couldry, 2012). Esta evidência, embora não seja passível de generalização, poderá abrir um novo caminho a futuras investigações no âmbito do estudo dos média.

Parece-nos, assim, fundamental abrir espaço a uma investigação mais alargada no futuro, aumentando a dimensão da população de referência, de forma a poder tirar conclusões mais abrangentes.

Seria interessante fazer uma análise comparada da alteração de práticas aquando de alterações nos estados emocionais a nível geracional uma vez que intuímos que, por um lado, as práticas de uso e consumo são diversas entre gerações sendo que o principal factor de diferenciação é o grau de relação com, adaptação, e imersão nos meios de comunicação entre gerações. Para a definição destas gerações poderíamos partir da distinção desenvolvida por Tapscott (2008) que propõe a existência de quatro gerações distintas relativamente à relação com os meios de comunicação: *The Baby Boomer Generation* que inclui pessoas que nasceram entre Janeiro de 1946 e Dezembro de 1964; *Generation X* da qual fazem parte as pessoas que nasceram entre Janeiro de 1965 e Dezembro de 1976; a *Net Generation, Millennials, Generation Y* que inclui as pessoas que nasceram entre Janeiro de 1977 e Dezembro de 1997; e, por fim, *Generation Next, Digital Natives, Generation Z* da qual fazem parte pessoas que nasceram entre Janeiro de 1998 e a

actualidade (na altura 2008). Por outro lado, também intuímos que a forma de experienciar a alteração de estados emocionais possa variar entre pessoas com idades distintas, o que levaria a uma acentuação das alterações de práticas aquando de alterações de estados emocionais.

## **Bibliografia**

Blumer, Herbert (1978), “A massa, o público e a opinião pública”, in Cohn, Gabriel (org.) *Comunicação e indústria cultural*, S. Paulo: Companhia Editora Nacional.

Couldry, Nick (2006), “Theorising Media as Practice”, in Couldry, N., *Listening Beyond Echoes: Media, Ethics, and Agency in an Uncertain World*, Boulder: Paradigm Publishers, pp. 33-48.

Couldry, Nick (2010), “Theorising Media as Practice”, in Brauchler, B. and Postill, J., *Theorising Media and Practice*, Oxford: Berghahn, pp. 35-54.

Couldry, Nick (2012), “Media as Practice”, in Couldry, N., *Media, Society, World. Social Theory and Digital Media Practice*, Malden: Polity, pp. 33-58.

Creswell, John W. (2010), *Projeto de Pesquisa. Métodos Qualitativo, Quantitativo e Misto*, Porto Alegre: Penso / Artmed Editora.

Damásio, António (1999), *O Sentimento de Si*, Mem Martins: Publicações Europa-América.

Deuze, Mark (2012), *Medialife*, Malden: Polity.

Fiske, John (1998), *Introdução ao Estudo da Comunicação*, Alfragide: Edições Asa.

Fleury, Laurant (2003), *Max Weber*, Lisboa: Edições 70.

Foucault, M. (1999) *Vigiar e Punir*, Petrópolis: Editora Vozes.

Goleman, Daniel (1997), *Inteligência emocional*, Lisboa: Temas e Debates.

Guba, E. G. and Lincoln, Y. S., “Competing Paradigms in Qualitative Research”, in Denzin, N. K. and Lincoln Y. S (eds.), *Handbook of Qualitative Research*, Thousand Oaks: SAGE, pp. 105-117.

Helliwell, J., Layard, R. and Sachs, J. (eds.), *Relatório Mundial de Felicidade de 2013*, acessível em [http://unsdsn.org/files/2013/09/WorldHappinessReport2013\\_online.pdf](http://unsdsn.org/files/2013/09/WorldHappinessReport2013_online.pdf), acedido em Setembro de 2013.

Hobart, Mark (2010), “What Do We Mean by ‘Media Practices’?”, in Brauchler, B. and Postill, J., *Theorising Media and Practice*, Oxford: Berghahn, pp. 55-75.

Katz, Elihu (2002), “O fluxo de comunicação em dois níveis: memória actualizada de uma hipótese”, Esteves, J.P. (ed), *Comunicação e Sociedade*, Lisboa: Horizonte, pp.61-78.

LUSA (2011, 30 de Setembro), “Depressão: Portugal é o segundo país com maior taxa da doença”, Diário de Notícias, acessível em [http://www.dn.pt/inicio/portugal/interior.aspx?content\\_id=2027915&page=-1](http://www.dn.pt/inicio/portugal/interior.aspx?content_id=2027915&page=-1), acedido em Setembro de 2013.

Maxwell, J. A. (2005), *Qualitative Research Design. An Interactive Approach*, Thousand Oaks: SAGE.

Ministério da Saúde (2012), *Programa Nacional Para a Saúde Mental, Reatualização do Programa Nacional Para a Saúde Mental*, acessível em [http://www.saudemental.pt/wp-content/uploads/2012/06/Recalendarizac%CC%A7a%CC%83o\\_PNSM.pdf](http://www.saudemental.pt/wp-content/uploads/2012/06/Recalendarizac%CC%A7a%CC%83o_PNSM.pdf), acedido em Setembro de 2013.

Pires, Rui Pena (1988), "A teoria da estruturação de Anthony Giddens - apresentação e bibliografia", *Sociologia, Problemas e Práticas*, 4, Lisboa: CIES-ISCTE / CELTA, pp. 231-236.

Postill, John (2010), “Introduction: Theorising Media and Practice”, in Brauchler, B. and Postill, J., *Theorising Media and Practice*, Oxford: Berghahn, pp. 1-19.

Quivy, R. e Campenhoudt, L. (2008), *Manual de Investigação em Ciências Sociais*, Lisboa: Gradiva.

Schwandt, T. A., “Constructivist, Interpretivist Approaches to Human Inquiry”, in Denzin, N. K. and Lincoln Y. S (eds.), *Handbook of Qualitative Research*, Thousand Oaks: SAGE, pp. 118-137.

Tapscott, Don (2008), *Grown Up Digital: How the Net Generation is Changing Your World*, EUA: McGraw Hill.

Traquina, Nelson (1995), “O paradigma do «agenda-setting». Redescoberta do poder do jornalismo”, *Revista de Comunicação e Linguagem*, 21-22, Lisboa: CECL, pp. 189-221.

Tucker, Kenneth (1998), *Anthony Giddens and Modern Social Theory*, London: SAGE.

Wolf, Mauro (2009), *Teorias da Comunicação*, Barcarena: Editorial Presença.

## **Webgrafia**

Organização Mundial de Saúde (World Health Organization) (2012, Outubro), “Depression”, Fact Sheet nº 369, acessível em <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs369/en/>, acedido em Setembro de 2013.

Organização Mundial de Saúde (World Health Organization) (2012), “Depression, a hidden burden. Let’s recognize and deal with it”, acessível em [http://www.who.int/mental\\_health/management/depression/flyer\\_depression\\_2012.pdf](http://www.who.int/mental_health/management/depression/flyer_depression_2012.pdf), acedido em Setembro de 2013.

Portal da Saúde (2006, 2 de Janeiro), “Depressão”, acessível em <http://www.portaldasaude.pt/portal/conteudos/enciclopedia+da+saude/ministeriosaude/sau+de+mental/depressao.htm>, acedido em Setembro de 2013.

# **Anexos**

**Anexo A – Guião da Entrevista**

**Anexo B – Levantamento de Informação: História de Vida com os Média**

## **Anexo A – Guião da Entrevista**

### **Entrevista**

Esta entrevista destina-se à recolha de dados sobre o uso e consumo de meios de comunicação por parte dos jovens portugueses. É realizada com o objectivo de reunir informação para a elaboração de uma Dissertação de Mestrado em Ciências da Comunicação da Faculdade de Ciências Humanas da Universidade Católica Portuguesa. Todas as respostas são anónimas.

Sexo\_\_\_

Idade\_\_\_

Local de residência\_\_\_\_\_

Habilitações\_\_\_\_\_

Profissão\_\_\_\_\_

#### Percurso de Vida com os Média

- 1.Qual o primeiro meio de comunicação de que se lembra?
- 2.Que meios de comunicação utilizava quando era criança?
- 3.O que via / lia? Porquê?
- 4.Como descreve a evolução dos meios de comunicação durante o seu crescimento?
- 5.Como evoluiu a sua relação com os meios de comunicação ao longo do tempo? Porquê?

#### Uso dos Média Actualmente

6. Que meios de comunicação costuma usar regularmente? (Descreva a utilização que faz desses meios num dia típico da sua vida e ao fim de semana)
  - Jornais

- Revistas
- Rádio
- Televisão
- Internet
- Redes sociais (Facebook, Twitter)
- Jogos: Consola/ Computador/ Tablet
- Telefone
- Telemóvel
- Leitor de Música (Mp3, Ipod)
- Outro

7. Costuma comprar jornais e revistas? Quais?

8. Quanto tempo por dia vê televisão?

9. Que canais e programas costuma ver?

10. Que utilização faz do seu telemóvel? (Chamadas, mensagens, internet, jogos, aplicações)

11. Quanto tempo por dia passa na Internet? O que costuma fazer?

12. Quanto tempo por dia passa em redes sociais?

13. Que importância têm estes média para si? Porquê?

14. Porque é que utiliza mais uns média do que outros?

15. Como imaginaria a sua vida sem estes meios de comunicação?

16. Recentemente, comprou algum meio de comunicação novo? Qual e Porquê?

## Estados Emocionais

17. Consegue identificar uma fase recente da sua vida em que tenha estado mais triste, deprimido ou ansioso?

18. Pode descrever um dia típico da sua vida durante essa fase?

19. Sente que houve alterações na forma como se relacionava com as pessoas? (Família, amigos, colegas)

20. Sente que houve alguma alteração nos seus hábitos de consumo?

21. Como descreve a sua relação com os meios de comunicação durante essa fase?

22. Houve algum meio de comunicação que tivesse deixado de utilizar?

23. Se pensasse num antes/durante/depois dessa fase, pensa que existe alguma alteração no consumo que faz dos meios de comunicação? (quanto ao meio em si, à quantidade de consumo, aos conteúdos, à companhia, ao local de utilização)

24. Consegue identificar uma fase recente da sua vida em que tenha estado mais feliz, positivo ou optimista?

25. Pode descrever um dia típico da sua vida durante essa fase?

26. Sente que houve alterações na forma como se relacionava com as pessoas? (Família, amigos, colegas)

27. Sente que houve alguma alteração nos seus hábitos de consumo?

28. Como descreve a sua relação com os meios de comunicação durante essa fase?

29.Houve algum meio de comunicação que tivesse deixado de utilizar?

30.Se pensasse num antes/durante/depois dessa fase, pensa que existe alguma alteração no consumo que faz dos meios de comunicação? (quanto ao meio em si, à quantidade de consumo, aos conteúdos, à companhia, ao local de utilização)

## **Anexo B - Levantamento de Informação: História de Vida com os Média**

### **Entrevista 1**

Nome: Joana

Idade: 18 anos

Local de Residência: Lisboa

Habilitações: 12º Ano

Profissão: Estudante

### **Percurso de Vida com os Média**

O primeiro meio de comunicação de que Joana se lembra quando pensa na sua infância é a televisão. Quando era criança, era este o meio de comunicação que mais utilizava e costumava ver programas infantis no Canal Panda.

Joana considera que a evolução dos meios de comunicação durante o seu crescimento foi muito grande, principalmente na Internet e Televisão. Na Internet, porque quando era mais nova a sua utilização “era paga ao minuto” e, por isso, em sua casa não havia acesso. Quanto à televisão, Joana realça o aumento do número de canais e a possibilidade de fazer gravações através da *box*. Relativamente à evolução da sua relação com os meios de comunicação ao longo da sua vida, Joana afirma que foi aumentado uma vez que “não utilizava a internet porque se tinha que pagar e agora uso e, relativamente à televisão, agora vejo mais canais, quando era mais pequena só via um. Agora também uso o telemóvel, quando era criança não tinha”.

### **Uso dos Média Actualmente**

Um dia típico da vida de Joana com os meios de comunicação começa com a utilização do telemóvel como despertador. De manhã, costuma comunicar com as amigas por SMS para se encontrarem no metro e irem juntas para a escola. Nos intervalos das aulas, faz o mesmo para saber onde estão e ir ao seu encontro. Normalmente, não costuma aceder à Internet através do telemóvel na escola, “só quando não temos nada para fazer”. Quando chega a casa, vê as notificações que tem das Redes Sociais e vai acedendo durante todo o resto do dia. À noite, depois do jantar, vê televisão.

Desta forma, os meios de comunicação utilizados por Joana na sua vida quotidiana são os Jornais, Revistas, Rádio, Televisão, Internet, Telefone Fixo e Telemóvel. O consumo que faz de jornais não é frequente e quando o faz é apenas *online*. Quanto ao consumo de revistas, costuma ler, ao fim-de-semana, a Sábado e *revistas cor-de-rosa* que são compradas pelos seus pais. Por dia, vê cerca de 2 horas de televisão e costuma ver a novela da SIC, *Sol de Inverno*, e fazer *zapping*. Quanto ao uso do telemóvel, utiliza-o para fazer chamadas, enviar mensagens, aceder à Internet e usar aplicações. A Internet é utilizada cerca de 2 horas por dia, normalmente através do telemóvel, principalmente para aceder às Redes Sociais, ver jornais *online*, seguir blogs e fazer pesquisas para trabalhos. Relativamente às Redes Sociais, a que mais utiliza é o *Facebook*, a que acede várias vezes num total de 1 hora por dia.

Quanto à importância que estes meios de comunicação têm para a sua vida, Joana considera que têm “muita importância” uma vez que estes meios são essencialmente “uma forma de estar sempre em contacto com as pessoas e combinar coisas com elas”.

Joana justifica a utilização de determinados meios de comunicação em detrimento de outros devido essencialmente à mobilidade, à fácil acessibilidade, e ao facto de serem multifuncionais: “uso mais o telemóvel porque está sempre à mão, e através das aplicações consigo fazer quase tudo”.

Joana imagina que a sua vida sem meios de comunicação seria mais difícil uma vez que não poderia entrar em contacto com as pessoas tão facilmente e demoraria mais tempo a fazer as suas tarefas: “ antigamente, diria que vivia bem, que me era indiferente, mas desde que tenho este telemóvel acho que é muito mais fácil estar em contacto com as pessoas e fazer tudo por isso a minha vida sem ele seria mais difícil”.

Relativamente à aquisição recente de algum meio de comunicação, Joana recebeu no Natal do ano passado um telemóvel porque o anterior se avariou.

## **Alteração de Estados Emocionais e o Uso dos Média**

### Estado Emocional Depressivo

Joana identifica uma fase da sua vida em que esteve mais triste, mas prefere não desenvolver as causas desse estado emocional. Nessa fase, num dia típico da sua vida, manteve a sua rotina ainda que no geral estivesse “muito triste”. As suas relações sociais

alteraram-se no sentido em que se aproximou de certas pessoas “porque precisava de ajuda”, mas, ao mesmo tempo, afastou-se de outras “para não estarem sempre a perguntar se estava bem e essas coisas”.

Relativamente aos seus hábitos de consumo, Joana não reconhece que tenham existido quaisquer alterações.

Quanto à sua relação com os meios de comunicação, refere que o seu consumo destes meios aumentou durante esta fase, principalmente o do *Facebook*, porque “estava mais tempo em casa”, e não existiu nenhum meio de comunicação que tivesse deixado de utilizar.

Considerando um *antes, durante e depois* desta fase, Joana afirma que quando esteve num estado emocional mais triste, houve uma alteração na sua relação com os meios de comunicação, no sentido em que aumentou o consumo de alguns meios, nomeadamente do *Facebook*. Como passava mais tempo em casa, utilizava esta Rede Social “para falar com os amigos sem ter que estar com eles e para me distrair”.

#### Estado Emocional de Bem-Estar

Num dia típico da sua vida numa fase em que se sentiu mais feliz, Joana “fazia as mesmas coisas”, ainda que “passasse mais tempo fora de casa”. As suas relações sociais alteraram-se porque tinha tendência a dar-se “mais e melhor com as pessoas”.

Relativamente aos hábitos de consumo, Joana não considera que tenham existido quaisquer alterações, afirmando que “não costumo comprar mais ou menos quando estou triste ou feliz, compro sempre o mesmo”.

Quanto à sua relação com os meios de comunicação, refere que o seu consumo destes meios diminuiu durante esta fase, uma vez que “não estava tanto tempo em casa e estava mais com os amigos”. Apesar disso, não existiu nenhum meio de comunicação que tenha deixado de utilizar.

Considerando um *antes, durante e depois* desta fase, Joana observa que quando esteve num estado emocional de bem-estar houve uma ligeira alteração na sua relação com os meios de comunicação, no sentido em que “talvez tenha diminuído um bocadinho”. Esta diminuição é justificada pelo facto de, como referido anteriormente, sair mais vezes de casa e, por isso, não ter tanto tempo “para essas coisas”.

## **Entrevista 2**

Nome: António

Idade: 21 anos

Local de Residência: Lisboa

Habilitações: 12º Ano

Profissão: Estudante

### **Percurso de Vida com os Média**

O primeiro meio de comunicação de que António se lembra quando pensa na sua infância são as cartas. Quando era criança o meio de comunicação que mais utilizava era a televisão para ver desenhos animados e programas de entretenimento, como por exemplo “o programa que dava à noite do João Baião”.

António considera que a evolução dos meios de comunicação durante o seu crescimento foi muito acentuada, e que essa evolução teve repercussões na nossa própria evolução: “acho que evoluíram muito e nos evoluímos por causa deles”. Na sua opinião, os meios de comunicação melhoraram muito ao longo do tempo, nomeadamente na qualidade de imagem, mas pioraram na transmissão de informação: “estão muito preocupados em passar muita informação, mas não retêm a informação que é necessária passar”. Relativamente à evolução da sua relação com os meios de comunicação ao longo da sua vida, António afirma que foi diminuindo, porque estes meios “ficaram mais complicados e menos apelativos”.

### **Uso dos Média Actualmente**

Um dia típico da vida de António com os meios de comunicação começa com a utilização do telemóvel como despertador. Ao longo do dia, utiliza igualmente o telemóvel para ver as horas, enviar algumas mensagens e fazer chamadas. De manhã, dá “uma vista de olhos pelos jornais sem grande atenção” e sai de casa para a Faculdade. No caminho, repara em toda a comunicação que encontra na rua, através dos mupis e cartazes espalhados pela cidade. Chegado à Faculdade, ouve “a rádio do bar que está ligada todo o dia” e, nas aulas, utiliza o computador, a Internet e meios audiovisuais. Quando regressa a casa, apenas utiliza o computador antes de se ir deitar.

Os meios de comunicação utilizados por António na sua vida quotidiana são a Rádio, Televisão, Internet, Redes Sociais, Telemóvel e Leitor de Música. Por dia, vê cerca de 1 a 2 horas de televisão e costuma ver a FOX, AXN, RTP2 e um canal por cabo só sobre comida. Quanto ao uso do telemóvel, serve apenas para fazer chamadas e enviar mensagens. A Internet é utilizada ao longo de todo o dia, num conjunto de 6 a 7 horas diárias, principalmente para fazer pesquisas, consultar o *e-mail*, ir às Redes Sociais, ouvir música e consultar a sua conta bancária online. Relativamente às Redes Sociais, a que mais utiliza é o *Facebook*, a que acede várias vezes num total de 6 a 7 horas por dia.

Quanto à importância que estes meios de comunicação têm para a sua vida, António considera que têm “muita importância”, principalmente para a divulgação dos seus trabalhos artísticos: “é através deles que consigo divulgar os trabalhos que faço e saber o que está a acontecer na minha área”. Na sua opinião, o *Facebook* é uma excelente ferramenta de trabalho uma vez que permite publicitar os eventos organizados e encontrar contactos importantes.

Relativamente à justificação da utilização de determinados meios de comunicação em detrimento de outros, afirma que se deve principalmente à facilidade de acesso de uns meios relativamente a outros.

António imagina que a sua vida sem meios de comunicação seria diferente e “muito mais stressante”. A instantaneidade e mobilidade dos meios actuais permitem que não seja necessário “andar de um lado para o outro” e seja possível fazer tudo uma forma muito mais rápida: “se às vezes sinto que se demora muito tempo a receber um *e-mail*, nem quero imaginar se fosse tudo por cartas”.

Relativamente à aquisição recente de algum meio de comunicação, António comprou um telemóvel, um iPhone, porque consegue agregar diferentes coisas: “não é só um telemóvel, é uma agenda, uma forma de ir ao *e-mail* e de ir à internet mais facilmente”.

## **Alteração de Estados Emocionais e o Uso dos Média**

### Estado Emocional Depressivo

António identifica uma fase da sua vida em que esteve mais triste, mas prefere não desenvolver as causas desse estado emocional. Nessa fase, num dia típico da sua vida, continuou a fazer “exactamente as mesmas coisas, só que com um estado de espírito

diferente”. As suas relações sociais sofreram algumas alterações uma vez que ficou “mais reservado”.

Relativamente aos seus hábitos de consumo, António reconhece que existiram algumas alterações nos seus hábitos em geral: “sim, passei a consumir muito menos”.

António descreve a sua relação com os meios de comunicação nesta fase como um “casamento obrigado” uma vez que apesar de não vontade de os usar, sentia que a sua vida o obrigava a isso. Desta forma, considera que, enquanto esteve mais triste, apenas diminuiu o consumo do telemóvel e do computador, e não existiu nenhum meio de comunicação que tivesse deixado de utilizar.

Considerando um *antes*, *durante* e *depois* desta fase, António observa que a sua relação com os meios de comunicação se manteve igual no *antes* e *depois* e apenas se alterou durante este estado emocional. Refere que diminuiu a utilização do telemóvel e do computador, por serem “ferramentas de comunicação com outras pessoas” e aumentou o consumo de televisão à noite para se “distrair”.

#### Estado Emocional de Bem-Estar

Num dia típico da sua vida numa fase em que se sentiu mais feliz, António manteve a sua vida quotidiana, referindo que os seus estados emocionais não alteram a sua rotina. As suas relações sociais não tiveram igualmente qualquer tipo de alteração, mantendo a mesma relação com os seus amigos e familiares.

Relativamente aos hábitos de consumo, António refere que comprou mais coisas quando estava num estado emocional de bem-estar, sem especificar os sectores.

Quanto à sua relação com os meios de comunicação, António reconhece que existiram algumas alterações. Considera que o seu consumo de alguns destes meios reduziu, nomeadamente o do computador e da televisão. Por outro lado, sente que o consumo do telemóvel aumentou uma vez que o utiliza para entrar em contacto com os amigos: “consumia mais o telemóvel, para falar mais com os meus amigos”. Nesta fase, não houve nenhum meio de comunicação que tenha deixado de utilizar.

Considerando um *antes*, *durante* e *depois* desta fase, António confirma que quando se sente bem, por não estar tanto tempo em casa, o consumo que faz de alguns dos meios de comunicação diminui: “passei a usar menos a televisão porque passo mais tempo na rua e o computador também”. Desta forma, refere que o uso diário dos meios em comunicação

em geral se reduziu. No entanto, em relação ao telemóvel, o tempo de utilização aumentou, uma vez que, como referido anteriormente, lhe permite estar em constante contacto com as pessoas mais próximas como consequência de, por estar mais feliz, procurar com maior frequência a relação com os amigos.

### **Entrevista 3**

Nome: Maria

Idade: 24 anos

Local de Residência: Lisboa

Habilitações: Licenciatura

Profissão: Professora

### **Percurso de Vida com os Média**

Os primeiros meios de comunicação de que Maria se lembra quando pensa na sua infância são a televisão e a rádio. Quando era criança o meio de comunicação que mais utilizava era a televisão para ver desenhos animados.

Maria considera que a evolução dos meios de comunicação durante o seu crescimento foi “muito grande, ainda que tenham havido períodos de evolução mais concentrados do que outros”. Relativamente à evolução da relação com os meios de comunicação ao longo da sua vida, Maria considera que é uma relação apenas recente uma vez que nunca foi “muito dada a estas coisas”.

### **Uso dos Média Actualmente**

Um dia típico da vida de Maria com os meios de comunicação começa com a utilização do telemóvel como despertador. Durante a manhã, vai à Internet, ao *e-mail* e vê as notícias online no Sapo. À hora de almoço volta a utilizar o telemóvel para ligar à mãe “que vive no Algarve”. Se ficar em casa o resto do dia é “capaz de levar a tarde toda no computador a trabalhar”, sempre com a Internet ligada e, ao longo do dia, mantém contacto com outras pessoas através do *Facebook*. Só utiliza novamente o telemóvel à noite para falar com a mãe, ainda que durante o dia possam existir umas chamadas pontuais uma vez que anda “sempre com ele mas não é uma coisa que ligue muito”.

Desta forma, os meios de comunicação utilizados por Maria na sua vida quotidiana são a Rádio, Televisão, Internet, Redes Sociais e Telemóvel. O uso que faz da televisão não é regular, sendo que só a utiliza “para ver alguma coisa específica, como um filme por exemplo”. Costuma ver os filmes da RTP2, e, por vezes, os canais de música, mas apenas como “barulho de fundo” enquanto faz outras coisas. Quanto ao uso do telemóvel, serve apenas para fazer chamadas e enviar mensagens. A Internet é utilizada ao longo de todo o

dia, num conjunto de 4 a 5 horas diárias, principalmente para ver notícias, consultar o *e-mail*, ir às Redes Sociais, fazer pesquisas profissionais e de entretenimento, e para ouvir música. Relativamente às Redes Sociais, a que mais utiliza é o *Facebook*, a que acede várias vezes num total de 1 hora por dia. No entanto, há dias em que o deixa ligado durante muito tempo mas “nem sequer estou a olhar”.

Quanto à importância que estes meios de comunicação têm para a sua vida, Maria considera que têm alguma importância, sendo que os meios mais importantes são o telemóvel e o computador. O telemóvel para comunicar com a mãe e com pessoas que estão distantes de uma forma mais rápida: “uso o telemóvel para coisas rápidas e urgentes ou simplesmente para falar, para ouvir a voz da pessoa”. O computador, através da Internet, é utilizado para aceder às notícias e para fazer pesquisas fundamentais para a sua vida pessoal e profissional. A utilização do *Facebook* é essencialmente para manter contacto com os amigos, que de outra forma não seria tão frequente.

Maria justifica a utilização de determinados meios de comunicação em detrimento de outros devido por um lado, à utilidade que têm para a sua vida e, por outro lado, porque não se considera uma pessoa muito tecnológica: “nunca fui muito dada à tecnologia. Já tive um telemóvel todo *xpto* com internet e essas coisas todas e tive que trocar porque não me ajeito com aquilo”.

Maria imagina que a sua vida sem meios de comunicação seria diferente porque sem o telemóvel não poderia saber notícias da família que vive no Algarve e sem a Internet não poderia aceder tão facilmente a notícias e despenderia muito mais tempo a fazer pesquisas para trabalhos: “para trabalhos e pesquisas, iria fazer-me despende muito mais tempo, por exemplo numa biblioteca. A Internet com um motor de busca é só pôr e aquilo procura, portanto ajuda a poupar tempo e é mais cómodo”. Quanto ao *Facebook*, Maria não considera que seja fundamental para a sua vida e se não o tivesse, nada se alteraria.

Relativamente à aquisição recente de algum meio de comunicação, Maria comprou um telemóvel porque o anterior se avariou, “mas se não, não tinha comprado. Para mim a coisa tem uma utilidade muito concreta portanto é até durar”.

## **Alteração de Estados Emocionais e o Uso dos Média**

Estado Emocional Depressivo

Maria identifica uma fase muito recente da sua vida em que teve crises de ansiedade e ataques de pânico muito fortes e frequentes. Nessa fase, num dia típico da sua vida, muito do seu tempo era passado em casa, com receio de sair à rua.

Nesta fase, as suas relações sociais alteraram-se porque se afastou das pessoas mais próximas, impedindo igualmente a sua aproximação: “por exemplo, quando não conseguia estar mesmo em Lisboa ia para o Algarve, apanhava o autocarro numa hora para a outra e chegava lá e acabava por me isolar porque me sentia segura mas mesmo assim criava uma barreira com as pessoas, tentava afastar-me”.

Relativamente aos seus hábitos de consumo, Maria reconhece que existiram alterações no número de vezes em que ia ao supermercado: “diminuíram muito por evitar sair à rua e também por não ter fome, não ter apetite, não apetecer, nem sequer pensar nisso”.

A relação de Maria com os meios de comunicação nesta fase também sofreu algumas alterações. Passou a utilizar muito mais o telemóvel, à noite chegava a estar quase 5 horas a falar com a mãe para se sentir “mais segura e acompanhada”. Relativamente às Redes Sociais, o consumo também aumentou uma vez que apesar de se isolar fisicamente das pessoas, utilizava o *Facebook* para manter contacto com as pessoas “porque era uma maneira de manter esse contacto sem ter que estar com elas”. Desta forma, não existiu nenhum meio de comunicação que Maria tenha deixado de utilizar.

Considerando um *antes, durante e depois* desta fase, Maria observa que a sua relação com os meios de comunicação se manteve igual no *antes e depois* e apenas se alterou enquanto se sentiu mais triste e ansiosa. As principais alterações deram-se no aumento do consumo bem como no tempo despendido com a utilização dos meios de comunicação, cuja utilidade passou a ser a distração: “durante essa fase acabei por “consumir” mais esses meios de comunicação: mais horas na Internet, mais horas ao telemóvel, como uma maneira de passar o tempo, para me distrair, para queimar horas”.

#### Estado Emocional de Bem-Estar

Num dia típico da sua vida numa fase em que se sentiu mais feliz, Maria manteve a sua rotina mas tendeu a sair mais de casa “para espalhar-se” e a estar mais vezes com os amigos: “se estiver numa fase bem-disposta, faço o que tenho a fazer, e quando não tenho nada para fazer, invento, mas não fico em casa”. Consequentemente, as suas relações

sociais alteraram-se no sentido em que procurou com mais frequência a companhia dos seus amigos.

Relativamente aos hábitos de consumo, também se verificaram alterações no consumo alimentar: “sou capaz de comprar mais coisas, não muito mais, mas qualquer coisa. O meu estado de espírito influencia muito a minha alimentação”.

Quanto à sua relação com os meios de comunicação, Maria reconhece algumas alterações. Uma vez que passava mais tempo fora de casa, considera que o seu consumo destes meios diminuiu consideravelmente: passava menos tempo no computador durante o dia, menos tempo nas Redes Sociais uma vez que procurava mais o contacto físico com as pessoas, e também menos tempo ao telemóvel: “continuava a ligar à minha mãe, mas não ficava tanto tempo a falar, era só mais para dizer que estava tudo bem”. No entanto, não existiu nenhum meio de comunicação que Maria tenha deixado de utilizar durante esta fase.

Considerando um *antes*, *durante* e *depois* desta fase, Maria realça a dificuldade de distinguir temporalmente uma fase de bem-estar na sua vida uma vez que encara este estado emocional como a sua normalidade. Contudo, afirma que quando se sente bem, o consumo que faz dos meios de comunicação diminui uma vez que “normalmente, quando estou mais feliz, significa que tenho mais coisas para fazer, o que implica estar mais com as pessoas, implica pensar noutras coisas”.

#### **Entrevista 4**

Nome: Duarte

Idade: 24 anos

Local de Residência: Lisboa

Habilitações: Licenciatura

Profissão: Estudante

#### **Percurso de Vida com os Média**

O primeiro meio de comunicação de que Duarte se lembra quando pensa na sua infância é a televisão. Quando era criança os meios de comunicação que mais utilizava eram a televisão, o telefone fixo e o telemóvel a partir dos 10 anos. Na televisão, Duarte costumava ver os programas infantis dos quatro canais e as telenovelas com a sua mãe e com a sua avó.

Duarte considera que a evolução dos meios de comunicação durante o seu crescimento foi muito grande, “principalmente para os jovens da nossa idade, na nossa adolescência foi o *boom* de todos os meios de comunicação, quer de televisões, de computadores, Internet, telemóveis, tudo, rádios e tudo, foi mesmo um *boom*, sempre a saírem coisas novas”. Relativamente à evolução da sua relação com os meios de comunicação ao longo da sua vida, Duarte afirma que também foi muito grande, uma vez que o desenvolvimento desta relação foi acompanhando a evolução dos próprios meios de comunicação. Sempre viu muita televisão e desde a sua adolescência que utiliza o computador. Não sente que utilize muito o telemóvel mas assume se tenta manter actualizado: “sempre que tenho que comprar um novo, tento comprar o mais actualizado, dentro dos preços mais acessíveis”. Quanto ao consumo de rádio, Duarte considera que diminuiu ao longo do tempo, porque foi sendo substituído pela televisão.

#### **Uso dos Média Actualmente**

Um dia típico da vida de Duarte com os meios de comunicação começa com a utilização do telemóvel como despertador. Logo de manhã liga a televisão, “para conseguir acordar”. Quando sai de casa para ir para a Faculdade, certifica-se que tem o telemóvel. No autocarro, lê o Jornal Metro e quando chega à Faculdade oferecem-lhe O Económico. Durante o dia, está na Faculdade a fazer a Tese e por isso passa o dia no computador.

Enquanto trabalha, ouve música e vai várias vezes ao *Facebook*. Ao fim do dia, regressa a casa e vê televisão até se ir deitar.

Desta forma, os meios de comunicação utilizados por Duarte na sua vida quotidiana são Jornais e Revistas, Televisão, Internet, Redes Sociais, Telemóvel, Leitor de Música e, ao fim-de-semana, Jogos na *Playstation*. Relativamente aos jornais, raramente os compra, apenas lê os que são distribuídos gratuitamente. A única revista que consome enquadra-se na sua área profissional e recebe-a mensalmente em casa, por subscrição. Por dia, vê cerca de 4 a 5 horas de televisão e, aos fins-de-semana, esta média aumenta para as 10 horas diárias, “mesmo que não esteja a ver, está sempre ligada”. Uma vez que só tem os quatro canais, costuma ver telenovelas, filmes e séries. Quanto ao uso do telemóvel, utiliza-o para fazer chamadas, enviar mensagens e aceder à Internet quando não está em casa. A Internet no computador é utilizada ao longo de todo o dia, num conjunto de 7 horas diárias, principalmente para fazer pesquisas, consultar o *e-mail* e ir às Redes Sociais. Relativamente às Redes Sociais, a que mais utiliza é o *Facebook*, a que acede várias vezes num total de 7 horas por dia. Quando está em casa, tem por hábito “ter a televisão ligada e estar na Internet ao mesmo tempo”.

Quanto à importância que estes meios de comunicação têm para a sua vida, Duarte considera que, para a sua geração, são muito importantes, porque permitem um maior acesso à informação: “antes do 25 de Abril as pessoas eram tratadas um bocadinho como parvas” e actualmente isso já não se verifica: “hoje em dia em Portugal, as pessoas têm um maior interesse em saber das coisas e a possibilidade de saber notícias de todo o mundo”. Na sua opinião, a televisão é nos dias de hoje um meio muito importante porque por um lado, através dos *Talk Shows*, os problemas sociais são debatidos em público contribuindo para a informação de todos e, por outro lado, porque é um meio que permite que as pessoas que estão mais sozinhas, como os idosos, se sintam acompanhadas.

Duarte justifica a utilização de determinados meios de comunicação em detrimento de outros devido em primeiro lugar, à facilidade de acesso e à actualização constante: “utilizo mais a televisão por ser mais prático em termos de acesso, e está sempre actualizada e em actualização, estamos sempre dentro do assunto. Enquanto, por exemplo um jornal, temos que comprar todos os dias”. Em segundo lugar, devido à possibilidade de imagem que, na sua opinião, é cada vez mais importante: “As pessoas precisam de ver quem é que está a falar. A televisão e internet são os meios que nos permitem isso”.

Duarte imagina que a sua vida sem meios de comunicação seria diferente porque sem o telemóvel não poderia contactar com as pessoas que estão longe com tanta facilidade. Contudo, considera que a sua vida sem o computador e a televisão talvez lhe permitissem fazer mais coisas úteis: “Se calhar não estava tanto tempo em casa, e se calhar arranjava outras coisas para fazer na rua. Às vezes fico um bocado em casa preso a estas coisas. A verdade é que quando falta a luz ou assim, ficamos desorientados, não pensamos no que podemos fazer, não pensamos que há tanta coisa na rua que podemos visitar”.

Relativamente à aquisição recente de algum meio de comunicação, Duarte comprou um telemóvel porque o anterior se avariou, “tinha problemas de bateria”. Esta compra permitiu-lhe não só a substituição do anterior dispositivo como a actualização para “um melhor, já com Internet”.

### **Alteração de Estados Emocionais e o Uso dos Média**

#### Estado Emocional Depressivo

Duarte identifica uma fase da sua vida em que esteve mais triste, mas prefere não desenvolver as causas desse estado emocional. Nessa fase, num dia típico da sua vida, continuou a fazer a sua vida normalmente, sem grandes alterações. As suas relações sociais também não sofreram muitas alterações, sendo que “talvez não passasse tanto tempo com os amigos”.

Relativamente aos seus hábitos de consumo, Duarte reconhece que existiram algumas alterações na sua alimentação: “nesses momentos, uma pessoa gosta mais de estar em casa, tem mais necessidade de comer, doces por exemplo”.

A relação de Duarte com os meios de comunicação nesta fase apenas se alterou quanto ao consumo de televisão. Uma vez que passava mais tempo em casa, utilizava a televisão para se distrair e para se sentir acompanhado: “ficava em casa a ouvir a televisão a funcionar”. Não existiu nenhum meio de comunicação que Duarte tenha deixado de utilizar, no entanto, os seus hábitos de leitura alteraram-se: “não tinha paciência para estar a ler nem capacidade para me concentrar num livro”.

Considerando um *antes*, *durante* e *depois* desta fase, Duarte observa que enquanto se sentiu mais triste, o seu consumo de televisão aumentou, “estava sempre ligada”. Para se distrair dos motivos que o “deixavam assim mais triste”, preferia ver séries, telenovelas ou

programas de humor. O consumo de jornais, revistas, livros, computador e Internet diminuiu porque “uma pessoa fica sem paciência”.

#### Estado Emocional de Bem-Estar

Num dia típico da sua vida numa fase em que se sentiu mais feliz, Duarte manteve a sua rotina mas tendeu a sair mais de casa: “saio muito mais, quero estar na rua e passear. Basta estar bom tempo que vou logo para a praia ou para um jardim”. As suas relações sociais alteraram-se no sentido em que “nesses dias, falo e rio-me mais com os meus amigos. Quando uma pessoa está mais feliz, gosta mais de agradar”.

Relativamente aos hábitos de consumo, Duarte não considera que tenham existido quaisquer alterações.

Quanto à sua relação com os meios de comunicação, Duarte reconhece algumas alterações. Considera que o seu consumo de alguns destes meios reduziu consideravelmente: passava menos tempo no computador e menos tempo a ver televisão. Em relação ao telemóvel, considera que a sua utilização se manteve uma vez que “estamos sempre com o telemóvel”. Por sua vez, o consumo de música e hábitos de leitura aumentaram. Nesta fase, não houve nenhum meio de comunicação que tenha deixado de utilizar.

Considerando um *antes, durante e depois* desta fase, Duarte confirma que quando se sente bem, por não estar tanto tempo em casa, o consumo que faz de alguns dos meios de comunicação diminui e, conseqüentemente aumenta a utilização de outros: “música oiço muito mais, uma pessoa gosta muito mais de ouvir música quando está feliz, e como vou para a praia ou jardins levo sempre o livro e é mais fácil para ler”. No entanto, reconhece que quando está em casa, ainda que num estado emocional de bem-estar, o consumo de televisão apenas diminui pela atenção que lhe é prestada: “não ligo tanto à televisão, mesmo estando ligada, não a vejo”.

## **Entrevista 5**

Nome: Madalena

Idade: 32 anos

Local de Residência: Lisboa

Habilitações: Licenciatura

Profissão: Advogada

### **Percurso de Vida com os Média**

O primeiro meio de comunicação de que Madalena se lembra quando pensa na sua infância é a televisão. Quando era criança, os meios de comunicação que mais utilizava eram a televisão, rádio e jornais. Na televisão, via o canal 1 e o canal 2 porque eram os únicos que existiam, “só posteriormente surgiu a SIC, lembro-me perfeitamente, e muito depois a TVI”. Costumava ver programas de informação e programas de entretenimento acompanhada pela família. Quanto à rádio, ouvia música e programas de opinião. Os jornais habituais em sua casa eram o DN e o Público.

Madalena considera que a evolução dos meios de comunicação durante o seu crescimento “não foi muito positiva” porque, ao longo do tempo, foi dada mais importância a programas não informativos, mais direccionados para as massas e “as pessoas que querem ver outro tipo de programa não têm possibilidades, só a RTP2 ou os canais por cabo”. No entanto, em relação ao desenvolvimento tecnológico nos últimos anos, afirma que “houve uma grande evolução”. Relativamente à evolução da sua relação com os meios de comunicação ao longo da sua vida, Madalena considera que “foi grande”. Quando era pequena não existiam computadores e telemóveis e actualmente são dois dos meios que mais utiliza, sendo que ao longo do seu crescimento foi deixando de ouvir tanta rádio e de ver tanta televisão.

### **Uso dos Média Actualmente**

Um dia típico da vida de Madalena com os meios de comunicação começa com a utilização do telemóvel como despertador. De manhã, liga a televisão na SIC Notícias. Quando sai de casa em direcção ao trabalho liga à mãe através do telemóvel. Quando chega ao escritório acede à Internet onde passa grande parte do seu dia em trabalho. Ao longo dia, vai mantendo o telemóvel operacional. À noite, quando chega a casa, liga

novamente a televisão na SIC Notícias ou na TVI 24 até à hora de jantar. A essa hora, vê o jornal das 20h e, a seguir ao jantar, passa algum tempo no *tablet* e Internet, onde vê séries e filmes até ir dormir.

Desta forma, os meios de comunicação utilizados por Madalena na sua vida quotidiana são os Jornais, Revistas, Rádio, Televisão, Internet, Jogos, Telefone Fixo, Telemóvel e *Tablet*. O consumo que faz de jornais é diário, mas apenas *online*, através da subscrição do Público Online. Às vezes, ao fim-de-semana, compra o Expresso. Quanto ao consumo de revistas, compra revistas de moda internacionais, nomeadamente a Elle e a Vogue. Por vezes, folheia as revistas *cor-de-rosa*, mas nunca as compra. Por dia, vê entre 3 a 4 horas de televisão e costuma ver os programas informativos dos quatro principais canais, da SIC Notícias, TVI 24 e RTP Informação, e dos principais canais internacionais, vê também os programas da BBC sobre animais e programas de desporto na RTP2. Quanto ao uso do telemóvel, serve apenas para fazer chamadas, enviar mensagens e como despertador. A Internet é utilizada ao longo de todo o dia, numa média de 10 horas diárias, principalmente para ver notícias, consultar o *e-mail*, aceder a plataformas profissionais, fazer pesquisas profissionais e de entretenimento, aceder à conta bancária, e para ver séries ou filmes. Madalena não utiliza qualquer Rede Social.

Quanto à importância que estes meios de comunicação têm para a sua vida, Madalena considera que têm muita importância, uma vez que o seu “dia-a-dia é basicamente intercalado por todos eles, em níveis diferentes, pessoais e profissionais, mas fundamentais para a minha vida”. O único meio de comunicação que se recusa a utilizar são as Redes Sociais porque “sei que me iriam tirar imenso tempo e também não gosto, tenho uma opinião assim um bocadinho dramática em relação às Redes Sociais. Gosto mais do contacto físico com as pessoas”.

Madalena justifica a utilização de determinados meios de comunicação em detrimento de outros devido às suas necessidades pessoais e profissionais e ao facto de facilitarem o desempenho das suas tarefas: “dão-me maior facilidade para fazer o que tenho que fazer e o que gosto”.

Madalena imaginaria que a sua vida sem meios de comunicação seria mais difícil uma vez que sem estes meios “iria perder muito mais horas do meu dia a resolver metade das situações. A nível profissional, por exemplo, o facto de ter uma plataforma que me permite ver todos os meus processos *online* faz com que não tenha que me deslocar tantas

vezes ao tribunal e a reuniões com os meus clientes”. A nível pessoal, também realça a importância destes meios de comunicação, nomeadamente do telemóvel, que lhe permite entrar em contacto com as pessoas mais facilidade e frequência. Madalena conclui que “se não tivesse estes meios a minha vida iria ser muito dramática”.

Relativamente à aquisição recente de algum meio de comunicação, Madalena comprou um Ipad porque considera ser uma ferramenta de fácil uso e que, através das aplicações, facilita a realização de muitas tarefas diárias. Para além disto, refere que esta compra teve por base outros critérios, nomeadamente ao nível estético: “é muito leve e fácil de transportar, e é um objecto, quanto a mim, muito bonito”.

### **Alteração de Estados Emocionais e o Uso dos Média**

#### **Estado Emocional Depressivo**

Madalena identifica uma fase da sua vida em que esteve mais triste, mas prefere não desenvolver as causas desse estado emocional. Nessa fase, num dia típico da sua vida, acordar era muito difícil, demorava muito mais tempo a fazer as coisas e desejava que o dia passasse o mais rapidamente possível. Nesta fase, por um lado não tinha vontade de realizar as tarefas diárias, por outro lado, tendia a fazer coisas que a pudessem animar: “Não tens grande vontade de fazer as coisas, mas, ao mesmo tempo, dá vontade de fazer coisas que normalmente não se fazem para dar algum ânimo ou levantar a moral”. À noite, sentia dificuldade em adormecer. Apesar destas alterações, Madalena considera que, mesmo estando mais triste, “a rotina tinha que se manter, simplesmente era vivida doutra maneira”. As suas relações sociais alteraram-se no sentido em que se afastou de determinadas pessoas e aproximou-se de outras que a ajudassem a “não pensar no que estava a sentir”.

Relativamente aos seus hábitos de consumo, Madalena reconhece que existiram algumas alterações nos seus hábitos em geral, nomeadamente quanto às tarefas diárias: “as coisas básicas do dia-a-dia que temos que fazer, deixamos de ter vontade de fazer e não fazemos”, quanto aos espaços que frequentava: “quando estou triste sou incapaz de ir para espaços com muita gente, com multidões, como por exemplo centros comerciais ou supermercados”, e também quanto ao consumo de peças de vestuário: “por outro lado,

quando estou triste, tenho vontades abruptas de ir comprar roupas e essas coisas como uma fuga, que depois acabo por nem usar”.

Quanto à sua relação com os meios de comunicação, Madalena considera que nesta fase existiram algumas alterações. Passou a utilizar muito menos os meios de comunicação mais presentes no seu dia-a-dia por sentir que reforçavam um estado de espírito depressivo: “não apetece, se estás triste. A maior parte das vezes ligas a televisão e só vêes desgraças, o que só te vai fazer pior e ainda ficas mais triste”. No entanto, por vezes, quando se sentia mais triste, utilizava as revistas de moda como forma de distração: “pode acontecer estar triste e super deprimida e agarrar numa revista de moda para me distrair e sabe-me bem porque é outro panorama, acabo por estar ali a desfrutar um bocadinho e a pensar noutras coisas”. Desta forma, não existiu nenhum meio de comunicação que Madalena tivesse deixado de utilizar nesta fase, principalmente por necessidade: “tentei sempre manter um bocadinho, também por necessidade, não é por estar triste que a vida vai parar”.

Considerando um *antes, durante e depois* desta fase, Madalena refere que mais tarde, depois de ultrapassar este estado emocional depressivo, tentou “recuperar todos os tempos e necessidades que tinha anteriormente”. Foi enquanto se sentiu mais triste que existiram maiores alterações na sua relação com os meios de comunicação, tendo sido o seu consumo reduzido significativamente. Quanto ao telemóvel, exceptuando questões profissionais, a sua utilização diminuiu uma vez que “quando estava mais em baixo, não me apetecia estar a ouvir a família, porque depois percebiam que alguma coisa não estava bem pela minha voz e ficavam preocupados, e com os meus amigos, não me apetecia de todo falar”. Relativamente à televisão, o seu consumo também diminuiu porque os seus conteúdos reforçavam este estado emocional e, por isso, “nem valia a pena ligar”. Por necessidades profissionais, a utilização da Internet manteve-se contínua ao longo desta fase. Contudo, diminuíram as pesquisas pessoais e de entretenimento. Os hábitos de leitura do jornal Público Online também se alteraram, sendo que “quando estava mais triste, se calhar em 3 minutos dava a volta ao jornal, agora sou capaz de demorar 20 a 30 minutos a lê-lo”. Desta forma, Madalena conclui que “duma forma geral, quando estou mais em baixo, fico sem paciência e disposição para os meios de comunicação”.

Estado Emocional de Bem-Estar

Num dia típico da sua vida numa fase em que se sentiu mais feliz, Madalena acordava bastante cedo, arranjava-se rapidamente e ia beber um café antes do trabalho. Chegava ao trabalho bem-disposta e com muita vontade de trabalhar. No regresso a casa, preferia ir a pé, em vez de utilizar os transportes públicos. Quando chegava a casa, ia desfrutar do seu terraço até à hora de jantar e antes de se ir deitar, via um filme. As suas relações sociais alteraram-se porque sentia que tinha mais “disponibilidade mental, sentia-me mais aberta para conversar com as pessoas e ouvi-las, e tinha mais vontade de fazer coisas com elas”.

Relativamente aos hábitos de consumo, Madalena reconhece que quando está mais bem-disposta, os seus hábitos de consumo podem aumentar e diferenciar-se, nomeadamente numa maior vontade de ir a eventos sociais como “festas, festivais e concertos”.

Quanto à sua relação com os meios de comunicação, Madalena refere que o seu consumo destes meios aumentou muito durante esta fase, principalmente o do telemóvel, computador, jornais, televisão. A utilização do telemóvel aumentou porque queria estar mais em contacto com as pessoas e a do computador porque “queria fazer imensas pesquisas de coisas novas e diferentes para fazer”. Quanto aos jornais e televisão, “tinha mais prazer em estar a ler e ver as notícias” e, por isso, “era capaz de lhes dedicar mais tempo sem me chatear”. Não existiu nenhum meio de comunicação que Madalena tenha deixado de utilizar nesta fase.

Considerando um *antes*, *durante* e *depois* desta fase, Madalena observa que quando está num estado emocional de bem-estar há uma alteração na sua relação com os meios de comunicação, no sentido em que “aumenta o consumo de todos os meios”. Este aumento é justificado uma vez que, na sua opinião, os meios de comunicação são principalmente uma fonte de entretenimento e lazer e “quando estamos mais bem-dispostos a vontade de lazer também aumenta”.

## **Entrevista 6**

Nome: Guilherme

Idade: 35 anos

Local de Residência: Lisboa

Habilitações: Doutoramento

Profissão: Biólogo

### **Percurso de Vida com os Média**

O primeiro meio de comunicação de que Guilherme se lembra quando pensa na sua infância é a televisão. Quando era criança, os meios de comunicação que mais utilizava eram a televisão, rádio e jornais. Na televisão, via o primeiro canal e o segundo canal porque eram os únicos que existiam. Costumava ver “praticamente toda a programação”, nomeadamente programas infantis, programas culturais, filmes, notícias e desporto (futebol e fórmula1). Quanto à rádio, ouvia a música e os programas que os irmãos mais velhos ouviam, “não tinha grande escolha”. Quando começou a ler jornais aos 12 anos, “lia sobre quase tudo, notícias, desporto e parte internacional”.

Guilherme considera que a evolução dos meios de comunicação durante o seu crescimento foi muito grande, particularmente em “momentos muito concretos e decisivos” como a privatização dos jornais e da rádio. Quanto aos jornais, recorda o aparecimento do Independente e do Público. Em sua casa, o pai costumava ler o DN que substituiu posteriormente pelo Público. Em relação à rádio, lembra-se de “quando foi lançada a lei da rádio, em que deixaram de haver rádios piratas”. Nessa altura, passou a ouvir a Xfm. Anteriormente, ouvia a Rádio Comercial, recordando que costumava gravar, com os irmãos, os programas de música nocturnos em cassetes para ouvirem no dia seguinte. Relativamente à evolução da sua relação com os meios de comunicação ao longo da sua vida, Guilherme considera que foi igualmente muito grande. Quando era criança apenas via televisão, ouvia rádio e lia jornais e revistas. O seu consumo de televisão decresceu ao longo do tempo e nos últimos cinco anos “praticamente não vejo nada”. Quanto aos jornais, começou a comprá-los a partir dos vinte anos. Comprava o Público diariamente e fê-lo até há cerca de dois anos atrás em que passou só a comprar aos fins-de-semana porque nos últimos anos consome mais notícias através da Internet. É também através da Internet que consulta a imprensa internacional. Costuma ler o Le Monde, The

Guardian New York Times, Slate Magazine e acompanha também as emissões da MSNBC. O interesse na imprensa americana é relativamente recente e é consequência ter começado a assistir aos programas do Daily Show: “porque gosto bastante de ver o Daily Show e para perceber as piadas sobre a política americana, tenho que a conhecer”. Desde os anos de 1990 que tem interesse em seguir a imprensa sobre política, principalmente desde o aparecimento do jornal O Independente, contudo, nos últimos anos, desinteressou-se pela política portuguesa e começou a “seguir outras”. Em relação ao seu consumo de cinema, refere que quando tinha 20 anos ia quase todas as semanas e hoje em dia quase não vai. Ao teatro, nunca foi tantas vezes, mas também ia “bastante mais quando tinha essa idade”. Ao longo do seu crescimento, foram aparecendo novos meios de comunicação. Teve o seu primeiro telemóvel no fim da sua adolescência e, na sua opinião, a possibilidade de enviar mensagens escritas foi importantíssima: “ainda sou da geração que combinava as coisas em local e hora. Sabia os telefones de cor de todos os meus familiares e amigos, e ainda hoje sei alguns. Lembro-me de organizar a vida com os telefones de casa e isso de facto mudou”. O primeiro computador, que era de uso familiar, foi comprado no fim dos anos de 1990, e antes disso, fazia os seus trabalhos de liceu na máquina de escrever. O seu primeiro computador pessoal foi adquirido em 1999 e desde essa altura teve sempre um. Relativamente à Internet, até 2005 apenas tinha acesso no trabalho e só a partir desse ano começou a utiliza-la em casa.

### **Uso dos Média Actualmente**

Um dia típico da vida de Guilherme com os meios de comunicação começa com a utilização do computador logo pela manhã. Costuma ver um programa do Daily Show na Internet e depois começa a trabalhar. Ao mesmo tempo que trabalha, ao longo do dia, vê o *e-mail*, faz pesquisas, consulta o *Facebook*, ouve música e lê notícias. A maioria das notícias portuguesas, lê-as através de *links* publicados no *Facebook*, que para si funciona como um filtro: “assim vejo só as que me interessam, e não tenho que ir directamente aos *sites*”. À noite, vê televisão antes de se ir deitar. Por vezes, quando acorda a meio da noite com insónias, utiliza o ipod que, como tem acesso à internet, permite “pesquisar *sites* que gosto até adormecer novamente”.

Desta forma, os meios de comunicação utilizados por Guilherme na sua vida quotidiana são os Jornais, Rádio, Televisão, Internet, Redes Sociais, Jogos no computador,

Telemóvel e Ipod. O consumo que faz de jornais é diário, mas apenas *online*. Actualmente, os jornais que mais consulta são o The Guardian e o New York Times. Ao fim-de-semana, compra o Público. Quanto ao consumo de revistas, também é realizado através da Internet e a revista que costuma ler habitualmente é a Slate Magazine. Por dia, vê entre 30 minutos a 1 hora de televisão e costuma ver os programas “que estão a dar”, a maior parte das vezes do canal FOX. Por vezes, vê notícias, “mas cada vez menos”. Quanto ao uso do telemóvel, serve apenas para fazer chamadas e enviar mensagens. A Internet é utilizada ao longo de todo o dia, numa média de 11 a 12 horas diárias, principalmente para trabalhar, fazer pesquisas profissionais e de entretenimento, ir ao *Facebook*, ver notícias, consultar o *e-mail* e ouvir música. Relativamente às Redes Sociais, a que mais utiliza é o *Facebook*, a que acede várias vezes num total de 1 hora por dia.

Quanto à importância que estes meios de comunicação têm para a sua vida, Guilherme considera que o meio mais importante é a Internet porque “é fundamental para o meu trabalho e entretenimento”.

Guilherme justifica a utilização de determinados meios de comunicação em detrimento de outros devido essencialmente às suas potencialidades. O meio que mais utiliza é a Internet porque lhe permite ter um papel mais activo na procura dos seus interesses, satisfazendo as suas diversas necessidades através de uma única utilização: “tenho interesses muito diferentes e com a Internet tenho a liberdade de os procurar e encontrar, enquanto nos outros meios sou passivo, não posso ir activamente à procura daquilo que realmente me interessa.”

Guilherme imagina que a sua vida sem meios de comunicação seria igual, considerando os meios de comunicação em geral: “já vivi muito tempo sem eles por isso não me custa nada imaginar”. Contudo, refere que hoje em dia seria impossível viver sem a Internet, uma vez que “para além de ser a minha fonte de entretenimento e de informação, a Internet é a fonte principal para fazer o meu trabalho. O meu emprego não existiria se não houvesse internet”.

Relativamente à aquisição recente de algum meio de comunicação, Guilherme comprou, no ano passado, um computador porque o anterior se avariou.

### **Alteração de Estados Emocionais e o Uso dos Média**

## Estado Emocional Depressivo

Guilherme identifica uma fase da sua vida em que esteve mais deprimido por ter ido trabalhar por um período de tempo para o estrangeiro: “foi uma época especial porque estava a trabalhar no estrangeiro e estava sozinho.” Nessa fase, um dia típico da sua vida baseava-se em “ir trabalhar, e depois ir para casa comer qualquer coisa e dormir”. As suas relações sociais alteraram-se porque como estava no estrangeiro e o contacto com as pessoas era mais difícil, sentia-se isolado da família e dos amigos, acabando por criar “uma carapaça e uma rotina própria para sobreviver: acordar, trabalhar, comer e dormir”.

Relativamente aos seus hábitos de consumo, Guilherme reconhece que existiram algumas alterações nos seus hábitos que foram forçadas pelo facto de se encontrar noutro país: “acho que por estar fora fui obrigado a alterar todos os meus hábitos de consumo e, por isso, fiquei mais triste e não o contrário”.

Quanto à sua relação com os meios de comunicação, Guilherme refere que o seu consumo destes meios diminuiu no geral por estar longe de casa. No entanto, nesta fase da sua vida, por se sentir mais isolado, o consumo de jogos de computador aumentou substancialmente: “jogava muito computador à noite como forma de alienação”. Não existiu nenhum meio de comunicação que tenha deixado de usar.

Considerando um *antes*, *durante* e *depois* desta fase, Guilherme refere que como este foi um período da sua vida, ainda que curto, de grandes alterações a todos os níveis, não consegue identificar alterações específicas no consumo de meios de comunicação, uma vez que todo o seu contexto se alterou. No entanto, afirma que, relativamente a um *antes* e um *depois*, a sua relação com os meios de comunicação se manteve igual. Enquanto esteve mais triste, reconhece que a única alteração “talvez tenha sido só mais a questão dos jogos para me distrair e passar o tempo”.

## Estado Emocional de Bem-Estar

Guilherme identifica uma fase recente da sua vida em que tem estado mais feliz, por ter tido o seu primeiro filho. Num dia típico da sua vida desta fase, lembra, toma banho com o filho e toma o pequeno-almoço. Depois vai para a secretária trabalhar, onde passa o resto do dia. Ultimamente tem, por opção, trabalhado mais em casa. À noite, janta com a família e vai-se deitar. As suas relações sociais não sofreram qualquer alteração, a não ser

por questões de disponibilidade: “agora não tenho tanto tempo para sair e estar com os amigos”.

Relativamente aos seus hábitos de consumo, Guilherme reconhece que existiram algumas alterações: “agora não saio tanto à noite e, por isso, também reduzi o consumo de bebidas alcoólicas”.

Quanto à sua relação com os meios de comunicação, Guilherme refere que o seu consumo destes meios diminuiu no geral por não ter tanto tempo: “passo mais tempo em casa, mas agora tenho outras obrigações. Se calhar em vez de ir ver televisão à noite ou perder tanto tempo na Internet, prefiro estar com o meu filho”. No entanto, não existiu nenhum meio de comunicação que tenha deixado de utilizar.

Considerando um *antes*, *durante* e *depois* desta fase, Guilherme refere que como esta é uma fase presente da sua vida, ainda não existe um *depois*. Relativamente a um *antes*, considera que o seu consumo de meios de comunicação no geral se tem reduzido, principalmente o consumo de televisão, rádio e jornais em papel, e que esta diminuição tem tendência a continuar não só por falta de tempo, como também por falta de interesse. Quanto ao consumo da Internet, por questões referidas anteriormente, mantém-se igual e “talvez até tenha aumentado” uma vez que lhe “permite fazer tudo em menos tempo”.