

—
INSTITUTO
SUPERIOR
DE CONTABILIDADE
E ADMINISTRAÇÃO
DO PORTO

M MESTRADO
Assessoria de Administração

Usos e Gratificações no Contexto Digital: um estudo de caso com famílias militares brasileiras residentes na vila militar do Exército na cidade de Porto Velho – Rondônia

Sônia Regina Dourado dos Santos

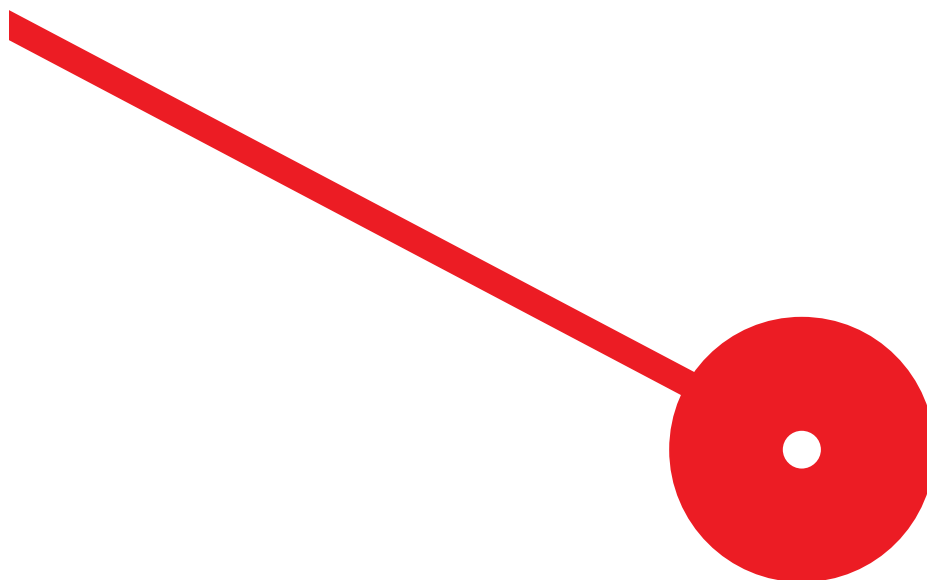
11/2020

Versão final (esta versão contém as críticas e sugestões dos elementos do júri).

Sônia Regina Dourado dos Santos

Usos e Gratificações no Contexto Digital: um estudo de caso com famílias militares brasileiras residentes na vila militar do Exército na cidade de Porto Velho – Rondônia.

11/2020



—
INSTITUTO
SUPERIOR
DE CONTABILIDADE
E ADMINISTRAÇÃO
DO PORTO

M MESTRADO
Assessoria de Administração

Usos e Gratificações no Contexto Digital: um estudo de caso com famílias militares brasileiras residentes na vila militar do Exército na cidade de Porto Velho – Rondônia

Sônia Regina Dourado dos Santos

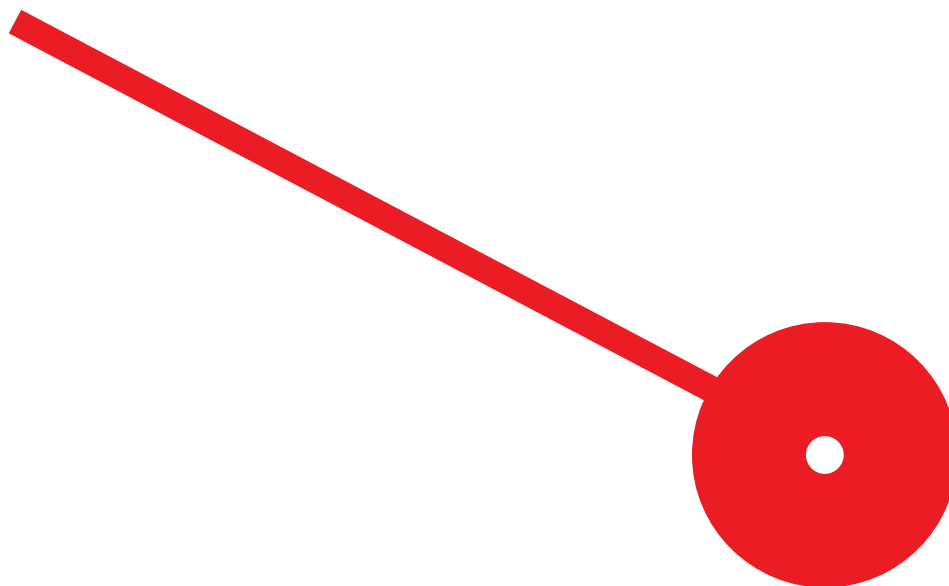
Dissertação de Mestrado apresentada ao Instituto de Contabilidade e Administração do Porto para a obtenção do grau de Mestre em Assessoria de Administração, sob a orientação da Professora Doutora Adriana José Veloso de Oliveira.

11/2020

Sônia Regina Dourado dos Santos

Usos e Gratificações no Contexto Digital: um estudo de caso com famílias militares brasileiras residentes na vila militar do Exército na cidade de Porto Velho – Rondônia.

11/2020



Dedicatória

A Deus, o dono da minha vida, e que me permitiu chegar até aqui, sem ele nada sou.

Jesus respondeu: os passos são meus, você nunca esteve só. Os dias tristes que viste um par de pegadas na areia, foi quando te levei em meus braços. (pegadas na areia).

Aos meus pais Raul Felix e Inácia Dourado, *In memoriam*, sinto que não estou só nas horas de luta, eu os defino, como os melhores pais do mundo. Minha mãe Inácia que há uns dias me deixou, em uma partida tão precoce, inexplicável a grandeza do seu amor. Ficou um vazio no mundo que ainda não pude compreender.

Ao meu principal incentivador, meu marido Cláudio, o pilar das nossas vidas. Sem você eu não teria conseguido. Juntos somos mais fortes. Obrigada, pela compreensão em tantos momentos difíceis.

Ao meu filho, melhor parte de mim, Vitor Araldi Dourado, por ter compreendido minha ausência nesses dois anos de luta. Por você eu consegui chegar até aqui, dedico a você tudo isso, te amarei de janeiro a janeiro.

Aos meus irmãos que mesmo de longe estiveram torcendo e me dando força para seguir.

Agradecimentos

A Deus, por nunca me abandonar, sozinha seria impossível.

Sou grata ao Instituto Federal de Rondônia – IFRO por ter dado a oportunidade de crescer nesse universo que é o aprender.

À Prof^a. Dr^a. Adriana José de Oliveira, minha orientadora, pela paciência e pelos ensinamentos e todas as mensagens de carinho, sempre me incentivando, e dizendo: “força aí, você consegue”. Seus ensinamentos vou levar para a vida, serei sempre muito grata. Acredito que seja também psicóloga, pois sempre dizia o que eu precisava ouvir.

Ao meu marido por todo amor e paciência nesses dois anos, sem seu apoio eu não teria conseguido.

Ao nosso pequeno príncipe de olhos azuis, Vitor Araldi Dourado, por tantas vezes estar perto dele, mas não lhe dar tanto amor quando merecia.

Às companheiras de mestrado, especialmente Adriana Garcia, sou grata a Deus por ter colocado na minha vida uma pessoa tão especial, agradeço pelo incentivo, e por nunca me deixar desanimar. Nirce Loras, pelo companheirismo durante esse processo de crescimento e pelas descobertas mundo afora.

Às amigas queridas, Katarina Cortez, Rosimeire, Higíla Normando, Rosinha e Cleonice por ter me socorrido tantas vezes quando precisei. Serei eternamente grata.

À segunda turma do mestrado, especialmente Marinete, Aline, Nirce e Adriana por dividirmos grandes momentos juntas.

À Ascom, minha segunda família, pela compreensão, por ter feito meu trabalho durante o período de afastamento. Às meninas super poderosas do setor, Schabo, Ericat, Rosália, Viviane, Janaína e Silvane serei sempre grata pela paciência e sabedoria com que me ajudaram nessa caminhada.

Aos amigos, mais que familiares, Marcos e Silvia, por me ouvir e incentivar meu crescimento profissional nesse período de luta.

Ao Reitor, Prof. Dr. Uberlando Tiburtino Leite e à Pró-Reitoria de Pesquisa, Inovação e Pós-Graduação – PROPESP por oportunizar minha participação neste curso.

Aos Professores do Iscap pelo apoio e incentivo recebidos.

Ao 5º Batalhão de Engenharia, e especialmente ao coronel Émerson da Silva Moraes que permitiu a realização deste estudo na Vila Militar.

“Aqueles que passam por nós não vão sós, deixam um pouco de si, levam um pouco de nós”. (Antoine de Saint-Exupery).

Resumo:

Este trabalho centra-se no estudo sobre o papel da internet no contexto do lar das famílias brasileiras militares, tendo como foco residentes na Vila Militar de Porto Velho – RO. Para isso, procura-se identificar a tipologia de Usos e Gratificações que as famílias militares auferem na exposição à internet, os dispositivos ligados à internet que usam na sua residência, o tempo de visualização dos conteúdos, o espaço físico onde utilizam, as atividades que filhos e pais realizam na internet, as razões porque usam e se as famílias se sentem dependentes da internet. A revisão de literatura ocorre com consultas a bancos de dados físicos e virtuais para a fundamentação do tema. Para responder à questão de investigação e objetivos da pesquisa, opta-se por realizar um estudo de caso descritivo de abordagem quantitativa, e os dados recolhidos com recurso por meio de inquérito por questionários aplicados *in loco* e on-line a 72 pessoas (44 pais e 28 filhos). Os resultados revelam que entre os pais o uso da internet é voltado para aumentar o conhecimento; assistir aos telejornais, debates, entrevistas; consultar informações sobre questões militares e de segurança; enviar e receber e-mails; comprar serviços ou produtos pela internet, apontando para o uso consciente e valorização dos meios tradicionais de interação. Em contrapartida, os filhos usam a internet com objetivo de jogar; assistir a vídeos e programas de entretenimento; participar de redes sociais; realizar trabalhos escolares; conhecer pessoas e enviar mensagens instantâneas. Nesse sentido, os filhos também utilizam com o objetivo de buscar informações, porém o maior uso é destinado ao entretenimento. Diante desses resultados, sugere-se a criação de uma linha de educação voltada para o uso consciente dos médias e de um ambiente de lazer com área de leitura e diversão familiar disponível para todos os residentes dos lares militares.

Palavras chave: Teoria dos Usos e Gratificações. Internet. Tecnologia de Informação e Comunicação. Famílias Militares. Brasil.

Abstract:

This dissertation center on studying the role of the internet in the context of the home of Brazilian military families, focusing on residents in Vila Militar de Porto Velho - RO. To this end, it seeks to identify the typology of Use and Gratification that military families receive when exposed to online, the devices connected to the internet that they use at home, the time to view the contents, the physical space where they use it, the activities they, children and parents, do it on the internet, the reasons why they use it and if families feel dependent on the internet. The literature review was developed with consultations to physical and virtual databases to support the theme. In order to answer the research question and research objectives, it was decided to conduct a case study with a quantitative exploratory approach, and the data collected using a survey, using questionnaires applied in loco and online to 72 people (44 parents and 28 children). The results revealed that among parents the use of the internet is aimed at increasing knowledge; watch newscasts, debates, interviews; consult information on military and security issues; send and receive e-mails; buy services or products over the internet, aiming at the conscious use and appreciation of traditional means of interaction. In contrast, the children used the internet to play; watching videos and entertainment programs; participate in social networks; perform schoolwork; meet people and send instant messages. In this sense, children also use it in order to seek information, but the greatest use is for entertainment. In view of these results, it is suggested the creation of an education line aimed at the conscious use of the media and a leisure environment with a reading area and family entertainment available to all residents of military homes.

Keywords: Theory of Uses and Gratifications. Internet. Information and Communication Technology. Military Families. Brazil.

Índice geral

INTRODUÇÃO.....	1
PARTE I - ENQUADRAMENTO TEÓRICO.....	6
CAPÍTULO I - TEORIA DOS USOS E GRATIFICAÇÕES.....	7
1 Contributos para a contextualização da Teoria dos Usos e Gratificações.....	8
1.1 Teoria dos Usos e Gratificações: perspectiva conceitual.....	9
1.2 Usos e Gratificações: olhar atual.....	14
1.3 Usos e Gratificações: foco intercomunicação.....	16
1.4 Interatividade, Interação no virtual: reflexões teóricas.....	19
1.5 Audiência, Uso e Dependência da internet.....	22
CAPÍTULO II – INTERNET E FAMÍLIAS: REFLEXÕES SOBRE USOS E DEPENDÊNCIA.....	27
2.1 Internet no ambiente brasileiro: breve contextualização.....	28
2.2 Internet e a exposição das Famílias: foco no contexto brasileiro.....	29
2.3 Exposição à internet: usos e contextos de dependência.....	33
BREVE RESUMO DO ENQUADRAMENTO TEÓRICO.....	37
PARTE II – ESTUDO EMPÍRICO.....	39
CAPÍTULO III – ENQUADRAMENTO METODOLÓGICO.....	40
3.1 Problema de investigação.....	41
3.2 Questão e objetivos de investigação.....	44
3.3 Desenho de investigação: estudo descritivo.....	44
3.4 Unidade de análise.....	45
3.5 Instrumento de recolha de dados: inquérito por questionário.....	48
3.6 Estética do questionário e matriz de análise.....	50
3.7 Aplicação do inquérito por questionário e recolha de dados.....	54
3.8 Riscos e Benefícios da pesquisa.....	55
CAPÍTULO IV – APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS.....	57

4.1	Caraterização sociodemográfica	58
4.2	Padrão de uso da internet em sua residência	63
4.3	Atividades realizadas na internet	69
4.4	Razões porque faz as atividades na internet	80
CAPÍTULO V – DISCUSSÃO DOS DADOS		90
5.1	Padrão de uso da internet na residência	91
5.2	Atividades realizadas na internet	94
5.3	Razões porque faz as atividades na internet	98
CONCLUSÃO		101
Limitações do trabalho		104
Impactos esperados		104
REFERÊNCIAS		105
Apêndices		116
Apêndice 1 – Autorização de Aplicação de Pesquisa do 5º BEC		131
Apêndice 2 – Parecer substanciado no CEP		132
Apêndice 3 – Inquérito por questionário utilizado no grupo pais		138
Apêndice 4 – Inquérito por questionário utilizado no grupo filhos.....		142

Índice de Gráficos

Gráfico 1 – Faixa etária: pais e filhos.....	59
Gráfico 2 – Sexo: pais e filhos	59
Gráfico 3 – Estado civil: pais e filhos.....	60
Gráfico 4 – Nível de escolaridade: pais e filhos.....	60
Gráfico 5 – Ocupação: pais e filhos.....	61
Gráfico 6 – Número de filhos mencionado pelos pais.....	62
Gráfico 7 – Dispositivos conectados à internet presentes nos lares militares indicados por pais e filhos.....	63
Gráfico 8 – Dispositivos conectados à internet utilizados com mais frequência nos lares familiares indicados por pais e filhos	64
Gráfico 9 – Tempo dedicado, por dia, no uso de computador fixo ou portátil com ligação a internet indicado por pais e filhos.....	65
Gráfico 10 – Dispositivos ligados à internet utilizados na residência em cômodos privados e coletivos indicados por pais e filhos	66
Gráfico 11 – Dependência do uso da internet indicada por pais e filhos	66
Gráfico 12 – Sintomas relatados por pais e filhos na ausência do uso da internet.....	67
Gráfico 13 – Atividade realizada por pais e filhos na internet - Jogar on-line.....	69
Gráfico 14 – Atividade realizada por pais e filhos na internet – Consultar programas informativos – exemplo: telejornais, debates, entrevistas	70
Gráfico 15 – Atividade realizada por pais e filhos na internet – Consultar informação sobre questões militares e de segurança	71
Gráfico 16 – Atividade realizada por pais e filhos na internet – Consultar informação sobre séries televisivas, filmes, telenovelas e concursos.....	72
Gráfico 17 – Atividade realizada por pais e filhos na internet – Publicar informação em fóruns, em blogs, comentários em sites.....	73
Gráfico 18 – Atividade realizada por pais e filhos na internet – Participar em redes sociais - exemplos: Facebook, Instagram, Twitter	74
Gráfico 19 – Atividade realizada por pais e filhos na internet – Pesquisar informações, a fim de elaborar trabalhos para a escola ou o trabalho	75
Gráfico 20 – Atividade realizada por pais e filhos na internet – Ver vídeos, por exemplo no youtube	75
Gráfico 21 – Atividade realizada por pais e filhos na internet – Enviar e receber e-mail..	76

Gráfico 22 – Atividade realizada por pais e filhos na internet – Contactar para conhecer pessoas.....	77
Gráfico 23 – Atividade realizada por pais e filhos – Comprar serviços ou produtos na internet.....	77
Gráfico 24 – Atividade realizada por pais e filhos na internet – Utilizar programas de mensagens instantâneas (Messenger, Facebook, Gmail, WhatsApp)	78
Gráfico 25 – Razões relatadas por pais e filhos porque faz as atividades na internet - Porque me acalma, faz esquecer os problemas, ajuda a libertar o que sinto, os meus pensamentos, desejos, sentimentos, as minhas emoções.....	80
Gráfico 26 – Razões relatadas por pais e filhos porque faz as atividades na internet - Porque é quase como que um amigo humano e fica comigo quando estou só.....	81
Gráfico 27 – Razões relatadas por pais e filhos porque faz as atividades na internet -	82
Gráfico 28 – Razões relatadas por pais e filhos porque faz as atividades na internet – Porque aprendo sobre assuntos que não se aprendem na escola/trabalho	83
Gráfico 29 – Razões relatadas por pais e filhos porque faz as atividades na internet – Porque procuro informação sobre o que se passa no meu país, noutros países.....	83
Gráfico 30 – Razões relatadas por pais e filhos porque faz as atividades na internet - Porque me permite aceder a informações e assuntos mais específicos	84
Gráfico 31 – Razões relatadas por pais e filhos porque faz as atividades na internet - Porque não tenho nada melhorar para fazer e dá para passar o tempo.....	85
Gráfico 32 – Razões relatadas por pais e filhos porque faz as atividades na internet - Porque permite a interação, relacionar-me com outras pessoas e a partilha de conteúdos, informações, notícias.....	86
Gráfico 33 – Razões relatadas por pais e filhos porque faz as atividades na internet - Porque posso ver ou fazer coisas sem que se saiba que sou eu	87
Gráfico 34 – Razões relatadas por pais e filhos porque faz as atividades na internet - Porque permite recolher informação para ajudar na elaboração de trabalhos escolares e do trabalho	88

Índice de Figuras

Figura 1 – Tipologia de interação média-pessoa	12
Figura 2 – Equipamento utilizado para acessar a internet no domicílio (%).....	29
Figura 3 – Local de residência e sexo dos usuários da internet no país	32
Figura 4 – Padrões de uso da internet no Brasil	33
Figura 5 – Etapas do estudo.....	43
Figura 6 – Vista aérea do 5º BEC.....	46
Figura 7 – Dados coletados no estudo e organizados por grupos.....	62
Figura 8 – Dispositivos utilizados com mais frequência por pais e filhos de famílias militares	68
Figura 9 – Atividades realizadas com mais frequência por pais e filhos	79
Figura 10 – Razões pelas quais pais e filhos fazem atividades na internet	89

Índice de Tabelas

Tabela 1 - Morfologias do conceito de audiência dos médias.....	24
Tabela 2 - Descrição do grupo II - Padrões de uso da internet.....	51
Tabela 3 - Descrição do grupo III – atividades realizadas na internet	52
Tabela 4 - Descrição do grupo IV - Razões porque faz atividades na internet	53

Lista de Acrônimos

U&G - Usos e Gratificações

CETIC - Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

TIC - Tecnologia da Informação e Comunicação

PNAD - Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio

WWW - World Wide Web

MTV - Music Television

DI - Dependência da Internet

CEP - Comitê de Ética em Pesquisas

BEC - Batalhão de Engenharia e Construção

IFRO - Instituto Federal de Rondônia

CNS - Conselho Nacional de Saúde

TCLE - Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

CER - Comissão de Estrada e Rodagem

TALE - Termo de Autorização Livre e Esclarecido

Enquadramento

Nos últimos 20 anos, a área da comunicação esteve pautada por médias classificadas como tradicionais. A televisão, a rádio ou a imprensa foram os primeiros meios de comunicação de massa, sendo, no início do seu surgimento, restritos a uma parte da população devido ao custo elevado. Neste cenário, até a carta era utilizada como meio de comunicação por permitir o diálogo entre pessoas.

Quando nos deparamos com a realidade, marcada pela presença de mecanismos eletrônicos e as potencialidades da internet, o passado parece um período pré-histórico. Colocando a reflexão no WWW, constata-se que a internet criou uma conexão sem precedentes na história humana, pois “pela primeira vez o homem pode trocar informações, sob as mais diversas formas, de maneira instantânea e planetária, tornando realidade a ideia de aldeia global” (Lemos, 2010, p. 116).

Na visão do filósofo francês Pierre Lévy, essa evolução pode ser atribuída ao desenvolvimento da informática, pois “a informática perdeu, pouco a pouco, seu *status* de técnica e de setor industrial particular para começar a fundir-se com as telecomunicações, a editoração, o cinema e a televisão” (Lévy, 1999 p. 31). Na atualidade, é evidente o quanto a população se adaptou à globalização digital e explorou a internet e os conteúdos com facilidade (Bozza, 2016; Gonçalves, 2012). Acompanhando a tendência de modernização, a transformação virtual atingiu todas as esferas da sociedade permitindo a visualização e vivência das tecnologias nos mais diferentes contextos de que podem ser exemplo as produções musicais, o armazenamento de informações ou meios de produção industrial (Lévy, 1999). Observa-se, desta forma, o quanto o mundo moderno se tornou dependente das tecnologias, onde a web tem um papel ativo. A internet oferece inúmeras possibilidades e, ao mesmo tempo em que permite a conexão com pessoas distantes geograficamente, também tornam as relações cada vez mais virtuais, substituindo o contato interpessoal, designadamente o familiar (Ostrovsky & Schwarz, 2011). É possível, portanto, afirmar que estamos submissos ao mundo virtual, visto que em nosso cotidiano convivemos com aparelhos tecnológicos e não visualizamos a vivência sem eles (Bozza, 2016). Neste aspecto, as palavras de Saviani (2003) se encaixam perfeitamente:

O progresso tecnológico favoreceu novas técnicas de comunicação e principalmente como fonte de pesquisa onde, quantidade e variedade de acervos disponíveis na Internet é imensurável e pode aprimorar a qualidade de ensino. Esse enfoque privilegia, em suas reflexões, a noção de que a educação deve adequar o homem

à sua época e que isso, na atualidade, corresponde a desenvolver uma educação para o futuro, que tome a seu encargo a orientação das forças que estão amadurecendo e busque preparar as jovens gerações para as tarefas que as esperam (Saviani, 2003, p. 63).

Motivação, objetivos, desenho de investigação

No mundo de possibilidades oferecidas pela internet, a comunicação está em constante discussão e, como viés deste campo, a socialização é tema recorrente de estudos, principalmente no que tange à interação pessoa-pessoa. Essas observações começam na análise de atitudes referentes ao uso da internet em diferentes gerações. Por outras palavras, indivíduos nascidos na década de 1950 trazem consigo o sentimento de que a tecnologia e a internet devem ser utilizadas de forma esporádica para facilitar algumas atividades na vida cotidiana, aparecendo como um complemento ao mundo real. Por outro lado, gerações atuais depositam no mundo digital todos os afazeres, incluindo encontro, conversa, diversão, leitura, crescimento profissional e individual, permanecendo conectado para viver (Moura, 2013).

Neste contexto, as tecnologias, da mesma forma que aproximam as pessoas, também as deslocam de seus ambientes ao dar a liberdade de navegar nos espaços virtuais e cooperar para a formação de sentimentos de entusiasmos na descoberta de um mundo de informações e transformações tecnológicas (Oliveira, 1996). Diante de níveis de importância e diversos atribuídos às tecnologias, a reflexão recai, também, sobre a convivência entre pessoas de gerações distintas. E nesse contexto, o local onde seres de diferentes gerações se encontram e convivem com mais frequência é no núcleo familiar, tanto que ao avaliar as relações familiares é nítida a interferência das tecnologias na construção das relações, principalmente, entre pais e filhos. Para Neumann e Missel (2019, p. 89), “ao mesmo tempo que as novas gerações desenvolvem intimidade com o uso das tecnologias, as famílias nem sempre demonstram estar preparadas para servirem de referência no processo de orientação e mediação desse uso”. É diante desta realidade que se questiona se a importância dada à família no passado, ainda prevalece na sociedade do século XXI; designadamente atendendo à frase de Lauwe e Lauwe (1950, p. 475) referida em 1950, ao comentar que a “família nada perdeu da sua importância, do seu vigor, da sua vitalidade” é uma das bases para este questionamento.

Neste cenário, este estudo procura compreender os usos e as gratificações no contexto do lar das famílias brasileiras militares na exposição aos conteúdos virtuais e, em simultâneo, perceber se há uma situação de dependência a internet. O estímulo para estudar, em específico, as famílias militares surgiram de interesses pessoais da autora, critério válido no pensamento de Umberto Eco (1998), nomeadamente das peculiaridades observadas e vividas na formação destes núcleos familiares, que ainda possuem na sua base de orientação princípios e valores tradicionais trazidos de gerações passadas vividos, também, pela autora. Definiu-se como um estudo de caso descritivo, de abordagem quantitativa e os dados foram recolhido através de um inquérito por questionário. Assim, existiu opção de análises e resultados aprofundados e sem que tenha interferências externas ou mesmo por interferência do pesquisador (Barros e Lehfeld, 2007; Fernandes e Gomes, 2003). Participaram deste estudo 72 pessoas, moradores da vila militar do Exército brasileiro, entre eles 44 pais e 28 filhos. A pesquisa centrou-se nas famílias brasileiras militares residentes na Vila Militar do 5º Batalhão de Engenharia e Construção, localizado na Cidade de Porto Velho, Estado de Rondônia (Brasil). A esta razão junta-se o fato de a internet estar cada vez mais presente nos lares brasileiros (IBGE, 2018), e da constatação da inexistência de trabalhos sobre o contexto de estudo referido.

Estrutura da dissertação

Para atingir o objetivo proposto, esta dissertação está dividida em duas partes: a primeira parte é dedicada ao enquadramento teórico e a segunda ao estudo empírico. O enquadramento teórico é composto por dois capítulos.

No capítulo I é feita a demonstração sobre a Teoria dos Usos e Gratificações. Neste capítulo, serão elucidados conceitos teóricos pertinentes ao desenvolvimento e aplicação da teoria dos Usos e Gratificações (U&G) referindo-se aos médias tradicionais e aos novos médias. Inicialmente, será abordado o período das revelações recorrendo a um conjunto de investigadores, designadamente de McQuail, Blumler e Brow (1972) e Blumler (1979). Neste sentido, expõe-se os pressupostos, mostra-se como a Teoria foi-se afirmando no contexto da investigação, evidencia-se um conjunto de trabalhos que tiveram na sua base a Teoria dos Usos e Gratificações. No último subcapítulo, explana-se sobre o conceito de audiência na perspectiva de recepção, seguindo-se a dissertação sobre o tipo de uso associado à exposição

aos conteúdos digitais e termina-se contextualizando-se a temática sobre a dependência da exposição à internet.

No capítulo II é abordada a questão da internet nas famílias, explanando sobre a tipologia de uso nos lares quando associados à posse de dispositivos mediáticos ligados à internet. Neste capítulo é ainda colocado como foco a internet no ambiente brasileiro.

A segunda parte refere-se ao estudo empírico e é composta por três capítulos. O primeiro capítulo descreve todo o procedimento metodológico que a pesquisa percorreu. O segundo faz a apresentação dos resultados e o último capítulo a discussão dos dados.

A dissertação termina com a conclusão, seguindo as referências e, por último, os apêndices.

PARTE I - ENQUADRAMENTO TEÓRICO

CAPÍTULO I - TEORIA DOS USOS E GRATIFICAÇÕES

1 Contributos para a contextualização da Teoria dos Usos e Gratificações

Os estudos de Greenberg abriram caminhos ao estudo dos usos, motivações e gratificações da audiência na exposição aos médias (McQuail, 2003) originando um conjunto de Teorias da Comunicação que, de modo geral, procuravam estudar os efeitos dos médias no consumidor de conteúdos, focando na compreensão das consequências trazidas pelo uso dos médias em diversos momentos e contextos (McQuail, 1994). Estes estudos surgiram da necessidade de compreender os fatores determinantes para atrair e manter o público interessado, tanto nos tipos de médias, quanto nos conteúdos veiculados pelos mesmos (Cantril, 1942). Inicialmente, para entender os efeitos psicológicos trazidos pelos médias, foram propostos estudos experimentais para observar o padrão da comunicação e as consequências obtidas (Klapper, 1960), de que podem ser exemplo os estudos de Cantril e Allport (Cantril & Allport, 1935) ao relatarem a audiência do rádio; Waples, Berelson e Bradshaw (1940) estudaram os padrões de leitura; Herzog (1940) estudou as gratificações conseguidas por receptores das séries de rádio; Hallonquist e Suchman (1942) procuram entender os motivos pelos quais os ouvintes selecionavam as músicas que consumiam, escrevendo sobre as funções dos jornais e leitura de papel; Wolf e Fiske (1949) que levantaram os fatores determinantes para condicionar a atenção de crianças em quadrinhos infantis; ou os estudos generalistas de Lazarsfeld e Stanton (1949) que pretendiam compreender diferentes médias e gêneros, para citar apenas alguns.

A construção de conhecimentos gerados por estes estudos foram primordiais para entender os papéis psicossociais exercidos por conteúdo ou meios de comunicações (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1974). Utilizando esta base teórica, McQuail et al. (1972) e Blumler (1979) conduziram estudos que procuraram analisar o papel da audiência, designadamente o ponto de vista em que o público exercia um papel ativo. Nestas tipologias, ao selecionar os conteúdos, objetivavam satisfazer suas necessidades sociais, afetivas e cognitivas. Posto isto, percebeu-se que, ao fazer uso dos médias, as gratificações obtidas pelo público podiam ser resultante de três diferentes fontes: tipo de conteúdo, exposição ao próprio média e ao contexto social que tipifica a situação da exposição (Katz et al., 1973).

A partir dos resultados obtidos, a Teoria de Comunicação transcendeu a comunicação realizada entre pequenos grupos e agregou a comunicação em massa (Wolf & Fiske, 1949). E, quando se fala em comunicação de massa, descreve-se um cenário que aborda várias Teorias

da Comunicação, que são capazes de explicar o desempenho da audiência relacionada aos médias¹.

Considerando o foco do nosso estudo, a Teoria dos Usos e Gratificações (U&G) colhe especial atenção, desde logo por centrar-se no papel da audiência face aos média e não nos efeitos dos médias no indivíduo, por ser capaz de melhor explicar a exposição a conteúdos mediáticos (McQuail, 2003; Monteiro et al., 2008), como pode verificar-se no decorrer deste texto². A Teoria dos U&G foi firmada com a publicação “*The Uses of Mass Communication: Current Perspectives on Gratifications Research*”, da autoria de Jay Blumler e Katz (1974). A obra contribuiu para um conjunto de reflexões ao postularem que os meios de comunicação pareciam ter menos poder do que o consumidor, que os efeitos dos médias eram muito mais complexos e dependiam de muitos outros fatores (Greenberg, 1974).

Analicamente, a teoria está fundamentada na concepção de que os indivíduos utilizam os médias em benefício próprio, colocando as audiências³ como sujeitos ativos no processo de comunicação. Pela primeira vez é citado o papel determinante do usuário em escolher o média que quer usar, o conteúdo que deseja consumir e os efeitos obtidos para si. Os autores discorrem sobre isso ao declararem que "as escolhas deliberadas feitas ao utilizar a média, presumivelmente baseiam-se nas gratificações que o usuário procura em prol de si"⁴ (Griffin et al., 2012, p. 359).

Neste contexto, propomos uma dissertação transversal pelo paradigma da Teoria dos U&G cuja construção histórica e fundamentação têm como base pesquisas realizadas em décadas anteriores à de 1970.

1.1 Teoria dos Usos e Gratificações: perspectiva conceitual

Apesar de a obra de Blumler e Kartz (1974) ser comumente citada como a consolidação da Teoria dos Usos e Gratificações (U&G), o estudo desenvolvido por Herta Herzog (1940), na primeira metade do século XX, foi apontado como a primeira publicação relacionada com a Teoria dos U&G (Greenberg, 1974).

¹ Para saber mais sobre teorias dos média, ver por exemplo Wolf (2003), Littlejohn e Foss (2009) e Griffin et al. (2012)

² A Teoria dos Usos e Gratificações serviu de base a um conjunto de trabalhos. Dada à limitação de espaço físico deste documento e às limitações de tempo torna-se utopia a referência as obras. Por isso, neste trabalho citam-se as pesquisas que se consideram mais pertinentes no desenvolvimento e afirmação do paradigma dos Usos e Gratificações, e que, em simultâneo, vão ao encontro da investigação que se pretende realizar. Estado da Arte sobre a hipótese dos Usos e Gratificações pode ser lida, por exemplo em Ruggiero (2000), Papacharissi e Rubin (2000) ou Papacharissi (2008).

³ O signo audiência pode ser estudado num contexto estatístico ou de receção. Neste trabalho, audiência alude num contexto de receção.

⁴ Todas as citações contidas ao longo deste manuscrito foram traduzidas num contexto de tradução livre.

A pesquisa de Herzog abordou os motivos que levavam as pessoas a dispor de um período de tempo prolongado para ouvir as radionovelas no Continente Americano. Considerando o grupo heterogêneo, composto por indivíduos de dezessete e sessenta anos de idade, o estudo revelou que a audiência buscava gratificações de cunho emocional, interação social, aconselhamento, apoio, reconhecimento e aquisição de informações (Herzog, 1940). Diante das conclusões, alguns autores defendem que o estudo de Herzog demonstrou a necessidade de abordar as gratificações obtidas, estimulando a realização das pesquisas subsequentes (Greenberg, 1974).

Na década de 1960, variáveis psicossociais foram apontadas por diferentes pesquisadores ao realizarem estudos sobre padrões de consumo dos meios (Wimmer & Dominick, 1964). Schramm, Lyle e Parker (1961) conseguiram, por exemplo, identificar que o uso da televisão por crianças era influenciado pelas relações com pais e pares. Katz e Foulkes (1962) apontaram para o uso dos meios de comunicação como mecanismo de fuga da realidade e de problemas rotineiros. Klapper (1963) trouxe reflexões acerca da importância de observar os efeitos do uso, não se limitando simplesmente em determinar as preferências e os motivos da utilização.

Nessa linha de racionalização, Mendelsohn (1964) trabalhou na identificação das consequências do uso do rádio e concluiu que a audiência, ao ouvir os programas veiculados, conseguia dar uma pausa na sua rotina, recuperava sua disposição diária e, também conseguia dar lugar ao ócio. Este autor, ainda, identificou um papel significativo no fornecimento de notícias e informações úteis, atuando até na interação social.

Ainda nessa década, algumas pesquisas direcionaram os padrões de uso para a raça, presente na construção social marcado pela cor da pele – o racismo na época já gerava preconceito e discriminação (Gerson, 1966; Greenberg & Dominick, 1969). E foi justamente desta linha de pensamento, de segregação que se iniciaram os primeiros estudos por faixa etária, com Greenberg e Dominick (1969) a serem pioneiros ao avaliarem os padrões de consumo dos meios entre adolescentes americanos, sobretudo em classes sociais inferiores, como meios para aprendizagem; tendo em vista que as limitações sociais e étnicas eram determinantes para o acesso à educação, principalmente, entre populações compostas por indivíduos negros, que tinham menos oportunidades de melhoria quando comparado com pessoas daquela região.

Desse modo, cita-se Klapper (1963, p. 527) que incita discussões mais “funcionais” no estudo dos meios. Para o autor, era valioso entender o papel da audiência na construção de

conteúdos para veiculação em meios de comunicação, retirando o caráter passivo do consumidor e conferindo-lhe um papel mais ativo, por meio do estudo das interações.

Na década de 1970, as pesquisas sobre a Teoria dos U&G concentram-se mais nas gratificações procuradas, excluindo resultados ou gratificações obtidas (Rayburn, 1996). Nesse período, os estudos examinaram atentamente as motivações da audiência e desenvolveram tipologias dos usos pessoais para satisfazer necessidades sociais e psicológicas. Estas pesquisas surgiram como resposta a uma forte onda de críticas ao paradigma dos U&G. Críticos como Elliott, Krumhansl e Leath (1974), Swanson (1987) e Lometti, Reeves e Bybee (1977) enfatizaram que a Teoria dos Usos e Gratificações continuava sendo desafiada por quatro problemas: (a) um quadro conceitual vago; (b) falta de precisão nos principais conceitos; (c) quadro explicativo confuso e; (d) falha em considerar as percepções da audiência sobre o conteúdo dos médias. Em resposta às críticas, Katz, Blumler e Gurevitch (1974) reuniram uma lista abrangente de necessidades psicológicas que poderiam ser satisfeitas pela exploração aos recursos da comunicação de massa.

Rosengren (1974) sugeriu que certas necessidades básicas interagem com características pessoais, sociais e ambientais do indivíduo ao identificar problemas e propor soluções. Esses problemas e soluções constituem motivos diferentes para comportamento de gratificação que pode advir do uso dos médias ou de outras atividades.

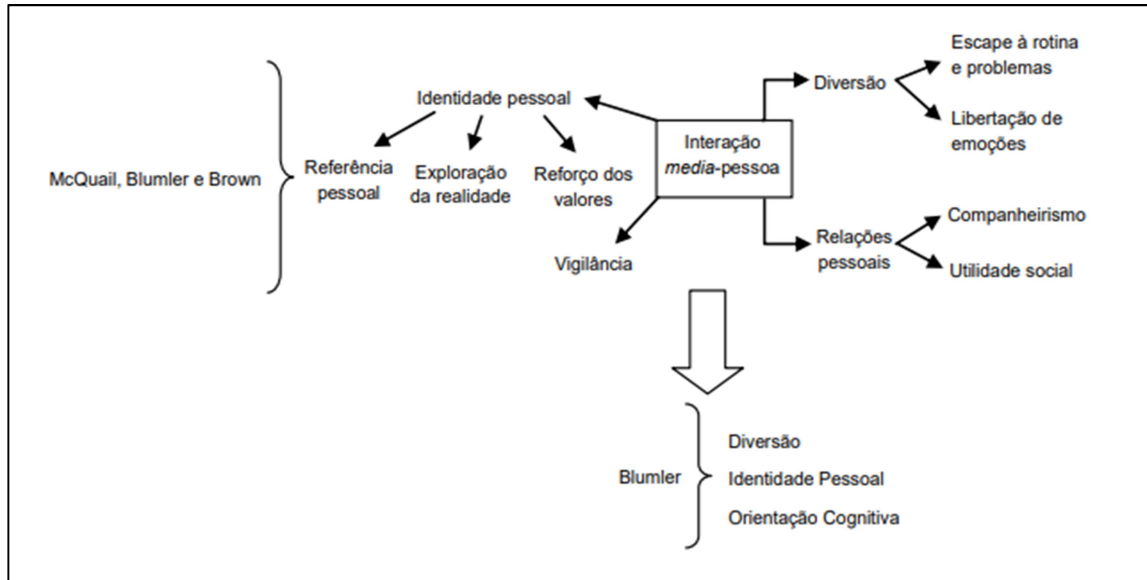
Palmgreen e Rayburn (1979, p. 177) argumentaram que a principal tarefa enfrentada pelos pesquisadores dos médias era “integrar os papéis desempenhados pelas gratificações e outros fatores em uma teoria geral do consumo de mídia”. Essencialmente, Palmgreen e Rayburn responderam a pesquisadores anteriores que chamavam para investigar as gratificações procuradas e as gratificações recebidas (Lometti et al., 1977; Rosengren, 1974).

No entanto, as maiores contribuições foram dadas pelos estudos de McQuail et al. (1972) e Blumler (1979), demonstradas na figura 1, onde pode ser constatado as reflexões sobre a obra advinda desses estudiosos (Oliveira, 2015). McQuail et al. (1972) apontariam as razões determinantes para que a exposição da audiência aos médias e os motivos pelos quais o fazem. Para os autores, as gratificações obtidas seriam diversão, relações pessoais, identidade pessoal e vigilância.

Posteriormente, Jay G. Blumler (1979) desenvolveu um estudo que, também, identificou os motivos que conduzem a audiência a ficar exposta aos médias. Das quatro razões identificadas por McQuail, Blumler e Brown, três foram citadas por Blumler: diversão,

identidade pessoal e a orientação cognitiva, bastante semelhante ao termo vigilância, utilizado anteriormente.

Figura 1 – Tipologia de interação média-pessoa



Fonte: Oliveira (2015, p. 47).

McQuail et al. (1972) associaram a categoria “diversão” à procura da fuga do normal e dos problemas, à “libertação de emoções”. Neste contexto, a audiência liberta-se das obrigações e problemas comuns do dia a dia, propiciando liberdade. A audiência espera colocar-se no lugar do artista, como autor das emoções e experiências, libertando os sentimentos mais sigilosos, que verdadeiramente o incomodam (McQuail et al., 1972, p. 154-155). No que refere-se, ainda, à diversão, Blumler (1979) cita a busca por consolo e fuga do quotidiano ao explicar que a audiência faz uso do conteúdo com o objetivo de trazer percepções alheias à realidade.

À “categoria relações pessoais”, McQuail et al. (1972) associaram como gratificações o “companheirismo” e a “utilidade social”. Quanto ao companheirismo, a audiência busca estabelecer um vínculo com os protagonistas em busca de pertencimento, mesmo que seja irreal. Já na gratificação utilidade social, o usuário personifica os atores e os inclui nas relações sociais. Os protagonistas trazem, também, uma análise mais ampliada ao discorrer que a categoria utilidade social é a que mais contribui para estudos sobre o média e audiência, pois estimula reflexões sobre uma relação unilateral. Propõem-se que, somente o usuário determina quais são os conteúdos escolhidos e os médias estabelecem um comportamento

indiferente na relação, uma vez que o conteúdo não expressa quem é a audiência (McQuail et al., 1972).

No grupo “identidade pessoal”, McQuail et al. (1972) ressaltam as gratificações: “referência pessoal”, “exploração da realidade” e “reforço dos valores”. A busca de uma semelhança familiar pode ser associada ao fato de que os indivíduos têm lacuna cotidiana e buscam como gratificações o atendimento dessas necessidades.

Blumler (1979) cita a gratificação “referência pessoal” como a forma que o consumidor recorre aos médias para suprir as demandas que faltam na sua vida, mesmo que seja uma forma fictícia, trabalha como uma espécie de compensação das frustrações da vida real. As reflexões sobre referência pessoal levam a emergir a próxima gratificação.

A “exploração da realidade” citada por McQuail et al. (1972, pp. 158–160) expõe como parâmetro a realidade em que o consumidor dos conteúdos busca caracterizar ou alcançar aspectos que faltam na sua vida. Nesta categoria, encaixam-se os programas que propiciam um elo entre os conteúdos e a existência do indivíduo, estimulando-o a experiências e perspectivas de vida. Ao explorar a realidade, a vontade da audiência é consumir conteúdos que causam análises pessoais sobre assuntos com os quais têm familiaridade, partilhando-os com outros usuários.

Neste aspecto, busca-se o eu interior, termo que se encaixa na gratificação “reforço dos valores” (McQuail et al., 1972, pp. 158–160). Os autores discorrem que essa gratificação é obtida quando a audiência consome programas que traduzem valores em que acreditam como, por exemplo, o entretenimento que visa a necessidade de consolidar os vínculos familiares ou que busquem as relações interpessoais e amorosas. Blumler (1979), todavia, faz outras considerações sobre a gratificação reforço dos valores. Para o autor, a busca pelo reforço de valores pessoais encaixa-se na categoria “identidade pessoal”, pois é realizada na tentativa de fortalecer o quem eu sou, trazendo reflexões sobre as questões sociopolíticas da vida cotidiana.

Discutindo a próxima categoria, McQuail et al. (1972) expõem que a “vigilância” está relacionada à busca por informações com o objetivo de promover reflexões sobre problemas de caráter social e político. Essa definição diferencia-se da exploração da realidade, pois ultrapassa a busca de informações, ao estimular a resolução de problemas.

Após as análises promovidas sobre as categorias, as respectivas gratificações, as tipologias de McQuail et al. (1972) e Blumler (1979) finalizam com a “orientação cognitiva”. Em ambas as obras, esta gratificação decai na busca por referências, pois ao fazer uso dos

médias, a conclusão obtida é o aumento do conhecimento. Logo, a audiência sente-se mais informada e, por consequência, gratificada ao atender as suas necessidades.

Os resultados das pesquisas de Blumler (1979) e McQuail et al. (1972) foram primordiais para os estudos desenvolvidos nas décadas seguintes. Reizenstein (1983) investigaria os padrões de uso e descobriria que indivíduos estressados assistiam mais a programas tranquilos e audiência aborrecida optava por algo mais emocionante.

Outro estudo é elucidado por McLeod, Bybee e Durall (1982) que defenderam o facto de que as gratificações procuradas e recebidas deveriam ser analisadas sob duas concepções diferentes, merecendo tratamento independente em qualquer pesquisa futura sobre a Teoria dos U&G.

Finalizado as reflexões históricas, o tópico seguinte discute o paradigma dos U&G em pesquisas mais recentes.

1.2 Usos e Gratificações: olhar atual

Os estudiosos (Griffin et al., 2012) discorrem que "a noção de que a mídia compete pela atenção e o tempo é apenas um passo inicial na compreensão das escolhas feitas". McLeod et al. (1982) já defendiam que as gratificações procuradas e recebidas deveriam ser analisadas separadamente, uma vez que nem sempre os objetivos propostos inicialmente são atingidos pela audiência após um tempo de uso.

Essas visões já haviam direcionado as pesquisas sobre os U&G para a complexidade das análises necessárias para o entendimento da relação dos médias com as audiências. Anteriormente, quando estava centrada em médias tradicionais, as contribuições de McQuail et al. (1972) e Blumler (1979) já demonstravam um modelo mais participativo dos usuários desse tipo de conteúdo.

Posteriormente, com o advento da tecnologia e a inserção de outros médias na sociedade, a questão que surgiu foi se os U&G também se aplicavam às ferramentas tecnológicas. Estudos feitos para investigar usos e gratificações das redes sociais, designadamente o Facebook ou Instagram (Karimi, khodobandelou, Ehsany e Ahmadet 2014) são alguns exemplos de pesquisas que objetivaram responder a essa pergunta.

Diversos autores interpretam que não existem diferenças entre os médias tradicionais e a internet em termos de usos e gratificações (Kassab & Yuan, 2012). Neste cenário, compreende-se que, o ciberespaço assume os contornos dos médias tradicionais, ao permitir a

relação entre pessoa e tecnologia, tal como é propiciado no comando televisivo, especialmente após a inclusão da televisão ligada à internet, que trouxe grandes semelhanças entre os mídias (Williams, Strover & Grant, 1994; Silva, Moulthrop, & Muha, 2001).

Partindo desta visão, o mundo televisivo e o mundo on-line apresentam muitas afinidades nos tempos atuais; e, é fundamentado neste raciocínio o pensamento de Pierre Lévy que coloca a internet no mesmo patamar dos mídias televisivos. Para o pesquisador, a internet é um mundo estruturado, que permite ao usuário explorar seu espaço, tal como é no mídia televisivo atual em que o espectador tem a oportunidade de definir os rumos do conteúdo, transformando-se em um personagem ativo, pois tem a oportunidade de controlar o seu acesso dentro de uma imensa base de dados e suas escolhas refletem seus princípios e valores (Lévy, 1999).

Contudo, outros estudos contestam a classificação da internet no mesmo patamar dos mídias tradicionais. Para Slot e Frissen (2007), a principal diferença está na certeza de que os usuários têm controle do que visualiza na internet; já, no caso dos meios de comunicação tradicionais, como televisão, jornal e rádio, a produção de conteúdo convencional fica restrita aos seus produtores.

Ruiz-Olivares, Lucena, Pino e Herruzo (2010) também se opõem à ideia de que internet e mídia tradicional se assemelham, mas argumentam com um olhar mais extenso, ao frisarem que abordagem tradicional, dada as gratificações obtidas no uso da internet, não é apropriada, pois o foco está na perspectiva do usuário e não é dada ênfase ao meio, que inclui a relação audiência e mídias.

Posto isso, percebe-se que a teoria dos U&G “mudou e amadureceu em resposta a evolução de novas tecnologias, e o que se aplica ao mídia tradicional não é necessariamente aplicável aos novos meios de comunicação” (Yuan, 2011). Para Yuan essas mudanças na tipologia foram estimuladas por “estudiosos que acreditavam no poder da audiência para selecionar e filtrar mensagens em última análise” (Yuan, 2011, p. 5), e a partir destas contestações desafiaram a ideologia de que a sociedade aceita as mensagens recebidas sem fazer análises críticas, colocando a audiência na qualidade de um sujeito mais participativo.

Neste cenário, compreende-se que há usos e gratificações que podem ser entendidos, também, no contexto dos mídias digitais⁵, designadamente das redes sociais como Facebook, Instagram, blogs, entre outros. Esta visão coloca os mídias tradicionais em uma posição semelhante às novas tecnologias, uma vez que acabaram por assumirem contornos do mundo

⁵ Esta temática abordada no estudo empírico da pesquisa é alvo de uma atenção na parte II deste trabalho.

digital, por exemplo, a audiência tem hoje a possibilidade de escolher a que horas quer ver determinado programa televisivo ou radiofônico (Stafford, Stafford, & Schkade, 2004).

1.3 Usos e Gratificações: foco intercomunicação

A teoria dos Usos e Gratificações é uma estrutura teórica que foca o que as pessoas fazem com os mídias ou tecnologias, incluindo mídia tradicional e os novos mídias, em vez do que os mídias fazem com as pessoas (Roy, 2009). Dentro dos novos mídias, Stafford et al. (2004) afirmam que pesquisadores de comunicação tendem a ignorar a internet e todo o fenômeno da comunicação mediada por computador, mantendo seus estudos e esforços direcionados somente para os mídias tradicionais.

Porém, com mais de um bilhão de pessoas conectadas à internet – ferramenta que fornece uma ampla gama de telecomunicações em rede e recursos de entrega de conteúdo – é inegável sua utilidade, e não é possível continuar visualizando-a como apenas uma conglomeração de sites da Web que vendem produtos (Roy, 2009). Frente às críticas constantes sobre a aplicação da teoria dos U&G na internet, Stafford et al. (2004) revisaram as tipologias publicadas e citaram três tipos de gratificações percebidas pelo público, considerando mídias tradicionais e inovadores: gratificações de conteúdo, do processo e gratificações sociais. As gratificações de conteúdo prendem-se com as mensagens transportadas pelo meio de que são exemplo o entretenimento, informação ou outros. As gratificações do processo referem-se à experiência de vivenciar a evolução de uso dos mídias, por exemplo, na navegação na internet ou experimentando uma nova tecnologia; neste caso, o usuário está preocupado com o uso real do próprio meio. Segundo pesquisadores da comunicação, as gratificações sociais são procuradas pelo público (Armstrong & Hagel, 1996; Eighmey, 1997; Eighmey & McCord, 1998) e, segundo Roy (2009) surgem associadas ao uso da internet.

Outra das gratificações associadas à exposição aos conteúdos na internet designa-se de interatividade. Kaye e Johnson (2004) afirmam que os usuários da internet são ativamente envolvidos em seu uso por causa da interatividade oferecida. Neste ponto, como a questão central da teoria dos Usos e Gratificações é o papel atuante da audiência, as características de interatividade e função ativa do seu público, tornam os U&G, a base teórica mais eficaz para estudar este meio (Hanjun, 2000).

Com base nessas considerações, as pesquisas subsequentes sobre U&G na internet tentaram identificar os aspectos comportamentais e psicológicos apresentados pelos usuários, para identificar motivações subjacentes para o uso da internet e as conclusões foram expostas no quadro 1. Um exemplo é a pesquisa desenvolvida por Ferguson e Perse (2000) que analisaram se a WWW era uma alternativa à televisão para 250 universitários e mostraram que estes jovens brincavam, realizavam compras e buscavam informação na internet. Mas, segundo os autores, os motivos encobertos para o uso foram o “entretenimento”, para propiciar diversão; quanto ao “passar tempo”, o objetivo era superar o ócio; “relaxamento-escape” e “informação social”, em um cenário de vigilância no sentido de solucionar uma questão.

Seguindo esta linha de pesquisa, Roy (2009, p. 882) identificou que as gratificações obtidas por indianos ao usar a internet foram: relaxamento, ampla exposição, autodesenvolvimento, troca global, facilidade de uso e oportunidade de carreira. Iniciando as análises pela categoria “autodesenvolvimento”, o autor descreve como ter a sensação de estar obtendo conhecimento, estar no controle, poder expressar suas opiniões livremente e com isso estimular sua criatividade e autoaprendizagem. À “exposição ampla” relaciona-se à expansão de horizontes por meio da internet. O autor complementa que os entrevistados navegavam para terem acesso a informações e aprendizagem, continuarem atualizados e gerarem novas interpretações do modo de vida (Roy, 2009). O item “facilidade de uso” compreende a busca por interação homem-tecnologia ao propiciar uma forma mais simples, fácil e rápida de conhecer o mundo utilizando uma tela de computador. Quanto ao “relaxamento” obtido, este é proporcionado por conteúdos de entretenimento ao navegar na internet, mantendo o usuário relaxado e permitindo a vivência em um universo paralelo (Roy, 2009). O destaque dado em “oportunidades de carreira” está relacionado à busca de informações específicas e profissionais, com a internet a facilitar o processo de exploração e acesso a uma vaga de emprego. A “troca global” associa-se à busca pelo pertencimento ao tentar inserir-se em grupos sociais e ter a companhia de indivíduos com afinidades em comum (Roy, 2009).

Um estudo mais detalhado foi desenvolvido por Jere e Davis (2011), que investigaram o consumo de revistas e internet por mulheres africanas. Ao direcionar para o acesso à internet, os autores apontaram que o uso era realizado com a perspectiva de obter gratificações como: utilidade interpessoal, buscar informações, promover ações de vigilância, autodesenvolvimento, exploração, escape e procurar oportunidades de carreira.

A descrição “autodesenvolvimento” categorizado por Jere e Davis (2011, p. 17) continha três subitens que incluíam a busca por potencializar a criatividade, o desenvolvimento e o auto crescimento dos participantes. De acordo com autorrelatos, as mulheres buscavam incluir um estilo de vida mais saudável, desenvolver habilidades domésticas e acessar conteúdos de autoajuda, para obter autoaprendizagem. As categorias “exploração” e “escape” são apresentadas pelos autores dentro da dimensão relaxamento-escape. No item “exploração”, as conclusões obtidas parecem direcionar para a exploração da web como uma atividade que mantêm o usuário entretido, tanto que é comum viajar no tempo e em espaços virtuais, fugindo da vida cotidiana e; complementando este universo, o “escape” foi compreendido como o uso de ferramentas tecnológicas para explorar outra realidade e obter fuga social e desvio da realidade (Jere & Davis, 2011). Outra categoria explorada foi a “diversão”, que a priori inclui a necessidade de realizar uma atividade de lazer e com isso sentir-se descansado e longe de aborrecimentos. Mas, em alguns casos, a gratificação almejada era “oportunidades de carreira”, ao buscar informações profissionais e realizar entrevistas para galgar uma posição no mercado de trabalho (Jere & Davis, 2011).

Um estudo avaliou a importância dada pelo anonimato por usuários da rede social Instagram, numa perspectiva da teoria. Os resultados reportaram que as gratificações obtidas eram a “autoapresentação”, que foi entendida como uma autoaprendizagem; a busca por “informação” num caráter de vigilância; “socialização”, na perspectiva de buscar companhia; e “entretenimento” para obter diversão, relaxamento e escape da realidade (Kasakowskij, Friedrich, Fietkiewicz & Stock, 2018).

O quadro 1 faz um breve resumo das gratificações que podem ser associadas ao uso da internet e que foram identificadas nos conteúdos analisados acima. Esse enquadramento teórico será a estrutura para exploração dos resultados deste estudo.

Quadro 1 – Síntese das gratificações associadas a internet

Gratificações obtidas	Autor & ano
Relaxamento-escape	Ferguson & Perse (2000), Roy (2009), Jere & Davis (2011)
Companhia	Roy (2009)
Autoaprendizagem	Roy (2009), Jere & Davis (2011)
Aprendizagem	Roy (2009)
Procura de informação de aspecto informativo («vigilância»)	Ferguson & Perse (2000), Roy (2009)
Busca de informação específica	Roy (2009)
Passar tempo	Ferguson & Perse (2000)
Interação	Roy (2009)
Anonimato	Kasakowskij et al. (2018)

Procura de informação escolar/profissional	Roy (2009), Jere & Davis (2011),
Diversão	Ferguson & Perse (2000), Jere & Davis (2011).

Fonte: dados da pesquisa.

Posta esta explicação, uma das gratificações aplicáveis aos novos médias é a interatividade, que, apesar de ter sido associada aos médias tradicionais, surge como característica agregada ao mundo da internet. Segue-se abordagem ao conceito.

1.4 Interatividade, Interação no virtual: reflexões teóricas

Lévy (1996) descreve nas suas obras a relevância dada às tecnologias, cujo mérito está relacionado com o significado que damos a elas. Após a internet e a democratização das TICs, o mundo virtual é uma realidade globalmente presente e quanto maior é o tempo dedicado ao uso destes dispositivos, maiores são os impactos nas relações interpessoais e afetivas.

A internet tem prejudicado a interação entre pessoas, ao criar uma nova modalidade de convívio baseado em redes sociais (Thurlow & McKay, 2003); todavia, Manovich (2002), discorre que ao mesmo tempo é apresentada como um instrumento que propicia interatividade.

É neste ponto que parece confuso compreender como a internet prejudica a interação e ao mesmo tempo é um dispositivo de interatividade (Sepé, 2006). Aqui, as respostas partem de reflexões sobre a etimologia das palavras, objetivando entender a sua raiz e depois compreender os significados agregados à interatividade e interação.

Dias e Leite (2007, p. 3) consideram que “a palavra interatividade é usada de forma indiscriminada seja em textos, publicidade ou no dia-a-dia das pessoas”, normalmente para ressaltar uma qualidade de um serviço ou produto, mas esta palavra aplica-se ao campo tecnológico. Manovich (2002, p. 55) insere o termo ao descrever as modernas interfaces humano/computador HCI (Human Computer Interface), que são caracterizadas como “máquinas interativas”, que permitem ao usuário controlar o computador em tempo real pela manipulação da informação, diferente das interfaces antigas que apenas exibiam um conjunto de dados. Como o objeto de manipulação, “a informação” está inserida numa máquina, logo esta torna-se um objeto interativo.

Por outro lado, interação refere-se a contextos mais amplos, tanto à relação humano/humano, tido como contato físico, quanto à relação humano/máquina; discorre-se que a máquina é um objeto interativo, mas o acesso à tecnologia não exclui a interação, pois quando a relação máquina/humano transcende a interatividade, que está exclusiva a

modificações de informações e das própria ferramentas, atinge o desenvolvimento de bases cognitivas que envolvem interpretação, análises e aprendizagem, o que se tem é a interação usuário/máquina (Sepé, 2006).

Portanto, ao usar o computador provavelmente acontecerá interação quando os níveis cognitivos forem atingidos e, neste ponto, também se iniciam as reflexões sobre a relação entre comunicação-interação-interatividade. Uma vez que fica claro a aplicação do conceito interação ao mundo virtual em situações particulares, considera-se o termo comunicação (Sepé, 2006).

Kiousis discorre que interatividade máquina/usuário deve ser reconhecida dentro de três domínios: propriedades tecnológicas; contexto de comunicação; e percepções do utilizador. Os conceitos devem ser trabalhados de forma simultânea e interativa; logo, a comunicação não pode ser excluída do virtual, pois está intrinsecamente ligada (Kiousis, 2002).

Nesta perspectiva, Pierre Lévy agrega que o nível de interatividade de um média ou de um dispositivo de comunicação pode ser mensurado com base nos seguintes eixos: possibilidades de apropriação e de personalização da mensagem recebida, independente da natureza; reciprocidade da comunicação; virtualidade, que caracteriza a mensagem em tempo real; implicação da imagem dos participantes nas mensagens; e, telepresença como o ponto-chave da interatividade (Lévy, 1999).

Todavia, ao considerar as palavras de Lévy (1996) ao afirmar que o desenvolvimento da linguagem é um aspecto essencial para o desenvolvimento humano, Baudrillard (2011) utiliza esta linha de raciocínio para refutar a inclusão da comunicação no virtual. O autor, defende que após a incorporação da internet, vivemos o predomínio da absorção dos conteúdos sobre a valorização das formas, caracterizando o fim da era moderna e do projeto de comunicação racional. Nas palavras de Baudrillard:

O homem soube inventar máquinas que trabalham, deslocam-se, pensam melhor do que ele, ou em lugar dele. Nunca inventou uma que pudesse gozar ou sofrer em seu lugar. Nem mesmo que possa jogar melhor do que ele. Talvez isso explique a profunda melancolia dos computadores (Baudrillard, 2011, p. 122).

Baudrillard coloca o computador como uma ferramenta limitada, ao passo que a máquina de escrever reflete o mundo real e estimula relações diretas e pessoais entre o indivíduo e o texto. Na concepção do teórico, o computador é uma barreira para a interação e para as relações pessoais. Sobre isso, o autor faz uma reflexão:

Por tudo, mistura-se o que era separado; por tudo, a distância é abolida: entre os sexos, entre os polos opostos, entre palco e plateia, entre os protagonistas da ação, entre o sujeito e o objeto, entre o real e seu duplo. Pela abolição da distância, do “pathos da distância” tudo se torna irrefutável (Baudrillard, 2011, p. 129).

Mesmo diante da modernidade, o teórico considera que o computador impossibilita o estabelecimento de processos comunicativos e, por isso, enquadra-o como um meio de comunicação equívoco (Baudrillard, 2011)

Opondo-se às ideias de Baudrillard (2011), Pierre Lévy visualiza o computador e as tecnologias de uma forma positiva. O autor explora as qualidades desta ferramenta ao considerar que podem ser utilizadas para permitir a interação entre uma situação e o indivíduo, possibilitando que o usuário tenha um controle rígido e em tempo real sobre os eventos, dando a sensação, mesmo que subjetiva, de estar em interação pessoal e imediata com a realidade simulada (Lévy, 1999).

Pierre Lévy eleva o computador ao patamar de uma ferramenta de comunicação, que permite interações pessoais, sob uma perspectiva de “realidade virtual”. Portanto, a interatividade proporcionada pela internet traz à audiência a sensação de interação, tal como ocorre com outros meios de comunicação (Lévy, 1999, p. 74). Neste aspecto, encaixa-se perfeitamente a analogia feita por Lévy:

No exemplo da simulação da resistência das asas à pressão do vento, embora o explorador pudesse alterar o ângulo de visão, a visualização das variáveis pertinentes, a velocidade do vento ou a forma do avião, ele mesmo não estava representado no modelo, e agia do exterior (Lévy, 1999, p. 70).

A analogia foi utilizada para explicar o enquadramento do mundo virtual como uma ferramenta de comunicação. Mesmo que as ações aconteçam dentro da realidade virtual, isto não exclui a interatividade, pois a comunicação é permitida e seus efeitos são os mesmos da realidade material, tal qual acontece em uma simulação de voo. Mesmo que o aprendiz de piloto não esteja voando, o *feedback* das ações é o mesmo que seria dado em situação real, gerando a sensação de realidade e, conseqüentemente, gerando no aprendiz os mesmos sentimentos e anseios de estar no céu (Lévy, 1999).

Em suma, Lévy expressa, assim, que a internet é um mundo organizado, que proporciona ao espectador a oportunidade de definir os rumos do conteúdo e coloca o consumidor como um personagem atuante, pois tem a oportunidade de controlar o seu acesso dentro de uma imensa base de dados e suas escolhas refletem seus princípios e valores (Lévy, 1999). Em contrapartida, Baudrillard pensa que a internet caracteriza a conversão de todos os usuários em atores, e culmina na morte do espectador e no fim da ilusão estética, ao observar

que o mundo virtual resulta no afastamento do mundo real, do pensamento, do conhecimento e torna a massa cada vez menos crítica (Baudrillard, 2011).

Feitas estas considerações, centra-se em audiência, tipo de uso e vícios causados pela internet.

1.5 Audiência, Uso e Dependência da internet

Ao navegar na internet, fazer uso das redes sociais, assistir televisão, ouvir rádio ou simplesmente ler um livro, somos uma parcela da audiência. Os médias e a audiência⁶ estão diretamente relacionados e são dependentes, podendo ser visualizados a partir das perspectivas de socialização, interesses de mercado, estimulação da cidadania e outros fins. Portanto, as pesquisas referentes à audiência não se limitam à análise de dados provenientes de sua medição, e que são a base da indústria mediática, mas estão voltadas a contribuir para compreensão dos padrões de uso, ao porquê do conteúdo ser visualizado e outros contextos que diferenciam os usos dos médias (Portela, 2019).

No entanto, antes de iniciar as discussões sobre a relação entre audiência, médias e uso, é necessário explorar o conceito de audiência.

Para Allor, a audiência é o “pilar de sustentação para a análise da comunicação de massas em geral” (Allor, 1988, p. 217). Complementando com as palavras de Portela, adverte-se que esta é:

Uma discussão que faremos com o pleno conhecimento da grande complexidade que envolve a busca de uma síntese que dê conta da totalidade dos seus aspetos. Temos consciência de que a procura de uma definição de audiência será uma impossibilidade lógica, adaptando a este contexto a advertência feita por Henry Jenkins (1999) relativa à generalidade do estudo dos médias (Portela, 2019, p. 13).

Tentando compreender, mesmo que de um ponto de vista transversal, o termo audiência, remete-nos para uma breve análise etimológica. A palavra audiência deriva do latim *audientiam*, que se refere aos teatros grego e romano, onde as pessoas se reuniam em espaços públicos para participar de rituais religiosos, políticos ou assistir lutas medievais; logo, a audiência estava relacionada com aglomeração e coletividade. Para McQuail (2003, p. 364-365), como havia a aglomeração de pessoas “o comportamento da audiência [estava] sujeito a vigilância e controle social”. Essa audiência coletiva e controlada é o completo

⁶ A audiência deste estudo são famílias militares residentes numa vila militar e que são apresentadas na parte empírica desta pesquisa.

oposto do que se conhece hoje sobre as audiências; pois, após as transformações sociais que ocorreram ao longo dos tempos, é visualizada de forma mais dispersa, heterogênea, privatizada e individualizada (McQuail, 2003). No Dicionário de Comunicação, a audiência é descrita como um “conjunto de pessoas que são receptoras de uma mensagem transmitida por um determinado meio de comunicação, representando um conceito fundamental para os estudos dos efeitos sociais dos médias” (Barbosa & Rabaça, 2001, p. 47).

Visualizando a audiência de um ponto de vista psicológico e social, a palavra audiência assume a nuance de audiência ativa (McQuail, Denis & Windahl, 2015); assim, a audiência ativa é aquela que procura e seleciona os médias e conteúdos que satisfaçam suas necessidades.

A ampliação do enquadramento do que é “audiência” foi suficiente para que o significado linguístico fosse abandonado, e nas últimas décadas, os estudos interpretassem a audiência como uma “variável” (Rubin, 1984), que está incluída no quadro de “massa”. Logo, utilizando a definição dada pelo *Dictionary of Communication and Media Studies*, que descreve a audiência como “todos os processos de recepção⁷ envolvendo o envio de mensagens” (Watson & Hill, 2015, p. 14), com o termo a ser explorado no contexto de “médias de massa”. McQuail discorre que estes tipos de mídia são “meios de comunicação que operam em grande escala [...] e há muito estabelecidos como jornais, revistas, filmes, rádio, televisão e música gravada” (McQuail, 2003, p. 4).

Combinando audiência e médias de massa, surge o termo “audiência de massa”, entendida como um grupo numeroso de pessoas, de característica heterogênea, dispersa, desorganizada e que não compreende relações interpessoais entre os membros *cit in*. (Oliveira, 2015).

Essa definição deixa claro o caráter coletivo da audiência em massa, que se refere a um grupo de pessoas que recebe uma mensagem pública, que possui influência direta ou indiretamente nos receptores (Portela, 2019). No entanto, esse conceito é bastante limitado e ignora a natureza e diferentes aspectos, tal como expõe McQuail (2003, p. 364) ao expressar que “o termo audiência tem um caráter abstrato e questionável e a realidade a que se refere é também diversa e constantemente em mudança”.

A complexidade é facilmente visualizada ao analisar a audiência de espetáculo de teatro, em que o grupo de pessoas é facilmente caracterizado; mas, se esta análise é transferida para receptores dos conteúdos, as pessoas não podem ser observadas e os eventos que

⁷ Lembra-se que a audiência é entendida na perspectiva de recepção para explorar o caráter mais amplo do termo.

estimulam e afetam o consumo, dificilmente poderão ser descritos. Essa comparação reflete as principais diferenças entre audiência de espetáculos tradicionais e audiência de meios de massas modernos (Portela, 2019).

Tabela 1 - Morfologias do conceito de audiência dos médias

Lugar	Local Regional Nacional Internacional
Horário	Manhã Nobre Noturno Drive-time ...
Pessoas	Etário Sexual Político Social ...
Meio/ canal	TV Rádio Imprensa Internet
Conteúdos	Gêneros Assuntos Estilos ...
Interatividade	Baixa Alta
Sincronismo	Síncrona Assíncrona
Conectividade	Online Offline

Fonte: Portela (2019, p. 17) desenvolvido com base em McQuail (2003).

McQuail (2003, p. 365) cita que a audiência dos médias de massa modernos é “muito maior e (...) muito mais dispersa, individualizada e privatizada”; principalmente, após a inclusão dos médias digitais, que possibilitou que a audiência fosse mais fluida e ajustada à conveniência circunstancial de cada receptor. Isso significa que o conceito de audiência dado para telespectadores de um programa de entretenimento, onde o conteúdo é veiculado em horário fixo, pode não se aplicar ao conteúdo on-line. Nos médias digitais, que podem ser visualizados por meio do computador ou qualquer outra tecnologia, a interação é mais dinâmica, ocorre com menos controle e favorece a personalização do uso (Portela, 2019). Essas mudanças ampliaram os conceitos básicos de audiência.

Considerando a redução do controle, Sónia Livingstone destaca que “as audiências e os utilizadores dos novos meios são cada vez mais ativos – seletivos, auto-orientados, produtores de textos, bem como recetores” (Livingstone, 2004, p. 79).

As mudanças da audiência apontadas por Livingstone (2004) foram a base para os novos percursos desenhados para direcionar estudos sobre audiência. Webster (1998) sugeriu que as audiências podiam ser visualizadas sob três aspectos: audiência como resultado; audiência como massa e; audiência como agente/representante.

A audiência como resultado coloca os usuários num papel passivo, sem controle nenhum dos conteúdos e espelha a teoria dos efeitos ilimitados em que a pergunta central é “o que as médias fazem às pessoas?” (Webster, 1998, p. 193). Por outro lado, a audiência de massa é generalizada e está centrada em veicular o que cativa a massa, atendo-se como pergunta central: “o que as pessoas consomem das médias” (Webster, 1998, p. 192).

Os efeitos da globalização são visíveis, sendo perceptível o quanto as tecnologias contribuíram para um mundo mais organizado. Estas mudanças influenciaram nas formas de comunicação e interação e os novos médias modificaram nossa existência (Silverstone, 2002).

Finalmente, surge o modelo de audiência como agente/representante, figura no usuário o papel ativo e está centrada na questão “o que a audiência faz com os médias?” Essa interrogação foi a base para o desenvolvimento da Teoria dos Usos e Gratificações⁸ (Webster, 1998, p. 192).

Neste ponto, é significativo destacar que, com foco no papel ativo do usuário e na inclusão de novos médias, Rubin (1984) e Mesch (2006a 2006b) transcenderam as contribuições realizadas pela tipologia de U&G, e reclassificaram o uso em ritualizado/social e instrumentalizado/aprendizagem⁹. Estes termos são bastante apropriados para classificar o uso dos médias digitais, especialmente, após a expansão da internet.

Deste modo, os novos médias podem ser utilizados de forma “ritualizada”, como denominado por Rubin (1984), sem um objetivo específico; navegando apenas com o intuito de fugir da rotina e desentediado, cujas gratificações podem ser “passar o tempo/distrair”.

Percebe-se que os indivíduos, de maneira geral, vivenciam na prática a expressão do “uso ritualizado”, quando se utiliza a tecnologia para diversos fins, porém, sem um objetivo específico, usando a ferramenta de forma corriqueira e muitas vezes por um longo período de

⁸ A teoria dos Usos e Gratificações foi explorada ao longo do Capítulo I.

⁹ Esta temática será alvo de estudo em famílias militares como se verificará no estudo empírico apresentado na parte II deste trabalho.

tempo (Rubin, 1984). Para Gustavo Mesch (2006a, 2006b) esse ritual insere-se no âmbito do "uso social".

Em complemento, existem pessoas que usam os novos mídias de maneira proposital, com objetivo específico, o que pode ser chamado de “uso instrumental”, devido à forma seletiva e precisa (Rubin, 1983, 1984; Kim & Rubin, 1997). Para estes fins, Mesch (2006a, 2006b) classifica o uso como “aprendizagem”, ou seja, a utilização de maneira sensata e coerente, geralmente com o fim de adquirir conhecimento e ampliar novos horizontes.

Por todo o exposto, entende-se que o uso instrumental/aprendizagem está associado a satisfazer o lado intelectual do indivíduo e o uso ritualizado/social, destina-se a satisfazer os desejos relacionados a fenômenos afetivos e que lhe dão prazer (Rubin, 1984; Kim & Rubin, 1997; Lasswell, 1948).

CAPÍTULO II – INTERNET E FAMÍLIAS: REFLEXÕES SOBRE USOS E DEPENDÊNCIA

2.1 Internet no ambiente brasileiro: breve contextualização

Diferente de países desenvolvidos, o processo de inserção da internet no Brasil foi realizado de forma moderada (Kenski, 2015), e a população brasileira começou a ter acesso a esta tecnologia em meados de 1980. Com o surgimento da internet no país, a comunicação social abriu portas para diferentes ambientes, tantos nacionais como internacionais (Carvalho, 2006).

A monitorização das TICs e internet também começou de forma demorada. O Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.com) iniciou o acompanhamento da evolução somente após o ano de 2004. De acordo com dados do Cetic, 17% dos domicílios urbanos possuíam computador e 13% acesso à internet; dez anos depois, em 2014, já 50% dos lares brasileiros, incluindo urbanos e rurais, possuíam computador e acesso à internet (Barbosa & Jereissati, 2016).

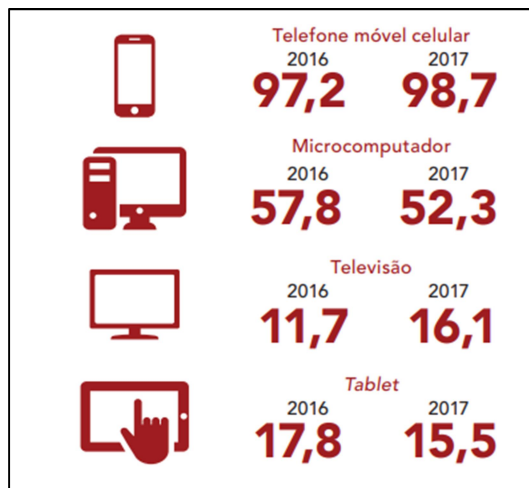
Informações mais recentes foram divulgadas pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, o IBGE (2018), um órgão nacional que realiza levantamento de dados em todo o território brasileiro de forma contínua e sistematizada. O IBGE incluiu o tema TICs na Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD) a partir de 2016 e desde então publica informações sobre padrões de uso. Segundo o instituto, o acesso à internet de modo geral, incluindo televisões com acesso à Web e a posse de telefone móvel por maiores de 10 anos era prevalente em 69,3% dos domicílios brasileiros em 2016, vindo a aumentar para 74,9% no ano de 2017 (IBGE, 2018).

O crescimento reflete a democratização das tecnologias e da internet no Brasil, como um esforço para aumentar seu alcance e propiciar acesso equitativo entre as diversas classes e grupos sociais (Machado & Hernandez Rivera, 2018). E para se ter dimensão do alcance das tecnologias da vida cotidiana, o IBGE (2018) investigou os padrões de TICs em residências brasileiras.

Como demonstrado na figura 2, 57,8% das residências tinham microcomputador no ano de 2016, e em 2017 esse número diminuiu para 52,3%; e a mesma redução foi registrada em relação aos tablets, de 17,8%, em 2016, para 15,5%, em 2017 (IBGE, 2018). Os principais motivos apontados para a redução de tablets e computadores em lares brasileiros é o custo elevado dos aparelhos e serviços de internet, pois o Brasil possui altas cargas tributárias incidentes sobre eletroeletrônicos, que são importados, e serviços de telecomunicações. No país, 43% do valor pago pelo usuário em serviços de banda larga corresponde a impostos e

representa importante barreira para a democratização das TICs e internet (Barbosa & Jereissati, 2016).

Figura 2 – Equipamento utilizado para acessar a internet no domicílio (%)



Fonte: IBGE (2018).

Reflexo das barreiras tributárias, os celulares móveis tornaram-se as TICs mais populares devido ao preço acessível destes aparelhos e contribuíram ativamente para o aumento de indivíduos com acesso à internet. Em 2016, já havia celulares em 97,2% dos lares brasileiros; em 2017, esse número foi superado e esses dispositivos alcançaram 98,7% dos domicílios. Na mesma dimensão, o número de lares com acesso à internet aumentou velozmente (IBGE, 2018).

Em suma, no Brasil, a inclusão digital surgiu como um meio de inclusão e socialização dos menos favorecidos, caracterizando-se como um novo direito assegurado. Hoje, os serviços essenciais são realizados pela internet com objetivo de minimizar distâncias geográficas e alcançar regiões remotas do país (Machado & Hernandez Rivera, 2018).

2.2 Internet e a exposição das Famílias: foco no contexto brasileiro

De acordo com Lévy (1996), a importância da tecnologia pode ser definida pela significação que damos a ela. O que vemos atualmente é que a tecnologia repercute nos relacionamentos pessoais, afetivos e nos ambientes familiares. A internet parece ter distanciado as pessoas, criando uma nova categoria de vivência social firmada no uso dos

médias sociais, substituindo a interação pessoal, principalmente em relação ao convívio nos lares (Thurlow & McKay, 2003).

Já era esperado que a tecnologia facilitasse alguns aspectos da vida cotidiana. Zacan e Tono (2018) postulam que, após o advento tecnológico e o desenvolvimento da internet, celulares e redes sociais, o bem-estar humano tornou-se vulnerável. Essa perspectiva é apresentada com base no fato de que ao utilizar as TICs para preencher períodos de ócio, o homem tornou-se sedentário, isolou-se socialmente e reformulou seus hábitos, o que causou danos ao convívio familiar.

Segundo Nogueira (2016, p. 17), “as novas gerações, sobretudo habitantes de grandes centros, principalmente pertencentes a famílias de média e alta renda, tendem a integrar os dispositivos móveis ao seu cotidiano com grande intensidade”. Essa prática leva ao distanciamento entre pais e filhos, que pertencem a gerações distintas e absorvem os recursos tecnológicos em intensidades diferentes.

Livingstone (2002) trouxe importantes compreensões neste contexto. Para a autora, os lares podem ser classificados em: “lares ricos em média” onde meios de comunicação, recentes e clássicos convivem dentro do ambiente familiar e está acessível a pais e filhos; “lares tradicionais”, onde mídias tradicionais são utilizados com frequência e novos mídias são restritos; “lares pobres em média”, em que os pais restringem o uso de mídias, sejam tradicionais ou modernos por questões financeiras.

Outra importante contribuição da autora, foi um trabalho produzido que investigou padrões de uso em lares do Reino Unido. Livingstone e Helsper (2007) mostraram na pesquisa que existe uma relação direta entre renda familiar e meios disponibilizados em ambientes ricos em média; mas, inversamente proporcional quando a questão decai em grau de escolaridade dos pais e disponibilização de tecnologias aos filhos.

Ou seja, quando o rendimento *per capita* é alto, a quantidade de dispositivos presente nos lares é maior e o acesso é livre. Por outro lado, quando o grau de escolaridade dos pais é maior, o uso de tecnologias é restrito, uma vez que os progenitores conhecem os malefícios do uso exacerbado de tecnologias para o desenvolvimento neurocognitivo dos filhos (Livingstone, 2002; Livingstone & Helsper, 2007).

Nos primeiros anos de vida, as crianças já possuem acesso a aparelhos eletrônicos, visualizam vídeos de entretenimento, jogos eletrônicos e outros conteúdos tecnológicos, substituindo o contato com o meio físico (Paiva & Costa, 2015). Reflexo desta ação é o enfraquecimento dos vínculos familiares, dificuldades no processo de socialização e prejuízos

no desenvolvimento motor e linguístico (Chequer, Pinto, Isotani, Sabatés, & Perissinoto, 2015; Remondi et al., 2020). Na segunda infância é observado que a criança não apresenta vocabulário condizente com a faixa etária, não conseguindo interagir em um mundo fora do virtual, o que gera dificuldades na fala, escrita e leitura, provenientes do desenvolvimento ineficiente das habilidades primordiais (Setzer, 2014). Na juventude, os indivíduos estão conectados constantemente em redes sociais. Atividades como realizar trabalhos de escola e interação social estão limitadas ao mundo virtual, pois abre possibilidades de interação entre pessoas de diferentes locais, transcendendo as barreiras geográficas antes impostas. Em jogos on-line é permitido deixar a imaginação fluir, construir casas, jardins e até fazendas; mas, também, apresentam um viés negativo, a obsessão em ser aceito, uma vez que a participação depende da popularidade do membro entre o grupo, o que pode gerar transtornos psicológicos (Setzer, 2014).

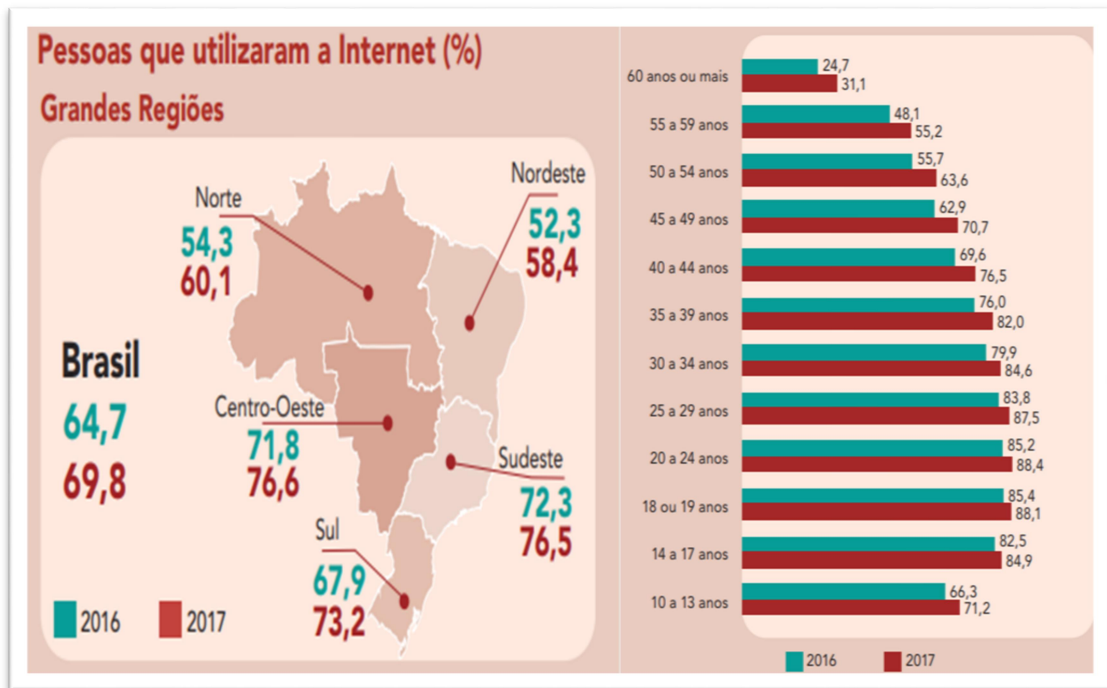
No entanto, o limite do uso da internet para a socialização e a realidade parecem apresentar uma linha tênue, embora saibamos que o avanço das tecnologias abre um fosso digital entre as pessoas, principalmente em relação ao convívio familiar, surge em contrapartida o fortalecimento de vínculos entre seres distantes (Thurlow & Mroczek, 2012). Logo, mesmo que a internet represente um desafio para famílias, educadores e sociedade, quando bem direcionada, pode ser utilizada para contribuir com a aprendizagem, desenvolvendo capacidades cognitivas como concentração, memória, visão espacial e raciocínio lógico; além de domínios sociais (Zancan & Tono, 2018), remetendo para a tipologia de uso instrumental de Rubin (1984).

Este contexto aponta para a leitura sobre a exposição aos conteúdos digitais da população brasileira permitindo em certa forma traçar um perfil do utilizador brasileiro. Em 2017, as tecnologias eram utilizadas por 181.070 mil brasileiros acima de 10 anos de idade, o que corresponde a 69,8% do total de pessoas dentro da faixa etária, e esse percentual aumentou consideravelmente em relação ao ano anterior, em que a taxa era de 64,7%. Em relação às regiões brasileiras, a região Norte, local em que esta pesquisa foi desenvolvida, apresenta números inferiores às regiões Sul e Sudeste, estando à frente somente do Nordeste brasileiro, dados demonstrados na figura 3 (IBGE, 2018).

Já na análise de grupos etários (figura 3), é demonstrada a precocidade com que brasileiros acessam a internet, uma vez que o maior número de usuários corresponde a adolescentes e jovens, com maior pico entre indivíduos de 20 a 24 anos de idade, em que

88,4% desta população está conectada; esse índice vai decaindo progressivamente até atingir 31,1% entre brasileiros de 60 anos ou mais (IBGE, 2018).

Figura 3 – Local de residência e sexo dos usuários da internet no país

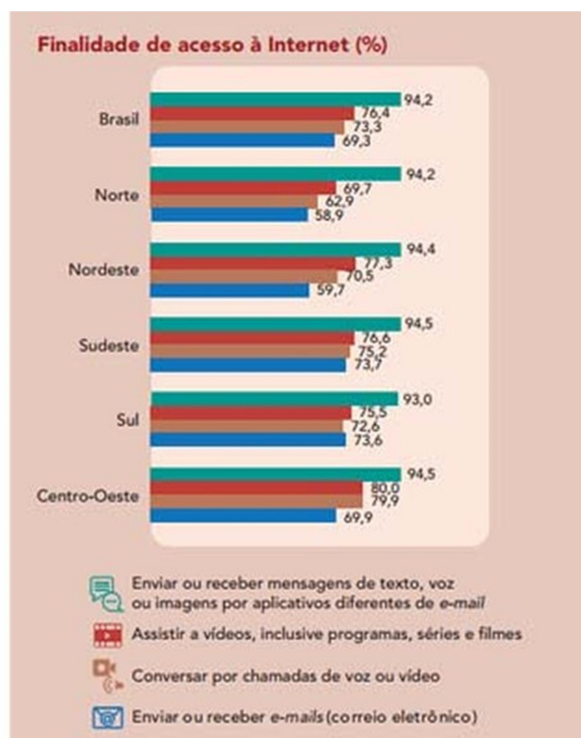


Fonte: IBGE (2018).

Quanto aos padrões de uso da internet, o IBGE (2018) divulgou, após pesquisa, que 94,2% da população brasileira utiliza a internet para estabelecer comunicação por meio de mensagens de texto, voz ou imagens; seguido de acesso a vídeos, programas e séries; sendo que este padrão se manteve ao estratificar dados por região, conforme demonstrado na figura 4.

Um estudo realizado com jovens dos 15 aos 19 anos no país mostrou que 93,5% utilizam a rede para fazer trabalhos escolares; 91% para comunicar-se com amigos por meio de redes sociais; 79,8% para baixar músicas, jogos ou filmes; 68% para navegar em sites de seu interesse particular; 53,6% somente para jogar; e, em menor proporção, para realizar compras, 20,6%, e produzir conteúdo, 15,2% dos entrevistados (Nodari, Rosa, Nascimento, & Guerra, 2016).

Figura 4 – Padrões de uso da internet no Brasil



Fonte: IBGE (2018).

2.3 Exposição à internet: usos e contextos de dependência

A internet teve seu início em 1969, quando a *Advanced Research Projects Agency* (Arpa - Agência de Pesquisa e Projetos Avançados), organização do Departamento de Defesa Norte-Americano que atuava na pesquisa científica direcionada ao estudo de ferramentas e métodos de comunicações para o serviço militar, criou o Arpanet, cadeia de computadores, que agia para proteger a comunicação de urgência caso os Estados Unidos fossem surpreendidos por outro país, principalmente a União Soviética (Alves, 2012). Seu criador, Synder (Snyder & Byrd, 2017, p. 9) descreveu-a como “um labirinto, espaço de interações, de caminhos certos e incertos em meio ao conhecimento disperso no espaço virtual”. O tempo passou e a internet, World Wide Web (WWW) popularizou-se por meio de TIM Berners-Lee.

Para se ter noção de o quanto a internet e a comunicação influenciam o comportamento das pessoas: uma em cada três pessoas utilizam a internet para obter informações e se comunicar, International Telecommunication Union, *cit in.* (Martini, 2013).

Este emaranhado de informações e tecnologias que o mundo digital oferece é chamado de ciberespaço que, segundo Lemos (2002, p. 140), “é um potencializador das dimensões lúdicas, eróticas, hedonistas e espirituais na cultura contemporânea”. Lemos, ainda acrescenta que os complexos tecnológicos mudaram para sempre o jeito de viver e, portanto, o estudo sobre a cultura na internet permite uma compreensão mais ampla da importância dela para as habilidades sociais nos dias de hoje (Lemos, 2002).

Essa mudança de hábitos é vista com mais frequência nas novas gerações. É nítido que os padrões do desenvolvimento cognitivo da atualidade são diferentes das gerações anteriores e é impossível não atribuir isso à naturalidade com que a infância atual lida com os novos padrões de tecnologia, com a internet e a informação livre. Uma pesquisa publicada pela empresa Winco sistemas technologie em 2015 para avaliar as habilidades de vida e tecnológicas na infância, descreve que 69% das crianças menores de 5 anos sabem manusear um computador, mas somente 11% sabem amarrar o cadarço.

Diante dos prejuízos para o desenvolvimento psicomotor e da necessidade de estabelecer limites de uso, cada vez mais estudos têm sido desenvolvidos para compreender as características e modos de utilização da internet (Fink, Mélo, & Israel, 2019). Dentro desta dimensão, investigações elaboradas nesta área apresentam os padrões de uso da internet em todos os públicos, com maior ênfase em crianças e adolescentes devido à familiaridade com as novas tecnologias (Almeida & Eugênio, 2006; Nicolaci-da-Costa, 1998, 2002, 2006; SaferNet Brasil, 2008).

A pesquisa Dossiê Universo Jovem-3 (MTV, 2005), uma das primeiras a identificar o perfil de usuários das tecnologias foi direcionada para jovens, principal grupo de usuário, e revelou que os entrevistados consideram a comunicação virtual como a possibilidade de aprender novas linguagens e estabelecer canais específicos, tornando possível o controle do que acessar, no tempo escolhido. Em virtude destes aspectos, os jovens visualizam a liberdade de comunicação proporcionada pela internet, que possibilita formas alternativas de se expressar. Mas existem ônus, 39% dos participantes relataram que passaram a falar mais com os amigos pela internet e 48% confirmaram mentir quando estão falando virtualmente.

É nítido que, para a nova geração de jovens, as conexões entre o mundo real e o virtual são confusas. A comunicação por troca de mensagens ultrapassa o que é considerado normal,

chegando a intensidade de um encontro físico e, muitas vezes, mais íntimos e por isso, muitos jovens utilizam a internet como uma forma de resolver dificuldades, timidez, conflitos afetivos e muitos outros motivos que fazem parte das relações fraternas (Zacan & Tono, 2018).

Logo, não obstante de ser fonte informativa de assuntos financeiros, culturais, políticos, entre outros, verifica-se que o tempo absoluto aponta para internet com principais prioridades nas mídias sociais e aplicativos, como Tinder, WhatsApp, Facebook, Twitter. Sendo comprovado pelo fato de pessoas que utilizam frequentemente a internet não terem limite do tempo de uso e, por isso, não conseguem desconectar do universo (Teixeira & Magalhães, 2015), comportamento que pode ser revelador do uso ritualizado/social¹⁰ referido por Rubin (1984) e Mesch (2006a, 2006b) em forte ênfase.

Nessa direção, os efeitos negativos do uso exagerado de tecnologias têm sido o centro de discussões. Não há um entendimento ou característica entre os pesquisadores acerca de um nome para referenciar o uso exagerado dos ciberespaços; todavia, a expressão Dependência de Internet (DI) é referido para apontar a complexidade no controle de uso da internet que leva alguns indivíduos a prejuízos funcionais, falta de controle emocionais e funcionais, impedindo assim que outros aspectos da vida sejam desenvolvidos (Abreu, Karam, Góes, & Spritzer, 2008).

O psiquiatra norte-americano Ivan Goldberg sugeriu o termo Dependência da Internet (DI) em 1995, a partir daí reuniu pessoas que apresentavam alguma dificuldade em controlar o uso das tecnologias e sentiam alguma indisposição, acolhendo e disponibilizando tratamento a usuários assíduos do mundo on-line (Zhang, Amos, & McDowell, 2008).

Nesta perspectiva, pesquisas interessadas em identificar a prevalência de dependência entre diferentes públicos têm sido desenvolvidas, enfrentando o uso exacerbado como um problema de saúde pública. Exemplo, é um estudo realizado no Brasil para identificar a dependência da internet em adolescentes do ensino médio, que revelou que 10,6% deixavam de realizar atividades diárias de vida, socializar e apresentavam quadros de ansiedade na impossibilidade de uso (Dalmazia, Pinto, Farias, & Souza, 2020).

Remondi e colaboradores (2020) examinaram o papel mediador da Alexitimia, impulsividade e sofrimento psicológico gerado no vício em tecnologia e observou que entre 539 adolescentes e adultos jovens, 70,1% apresentaram impulsividade, sofrimento psicológico

¹⁰ Sobre a temática Capítulo I - Uso instrumental e Uso ritualizado ler ponto 1.3

e incapacidade de identificar e descrever verbalmente emoções e sentimentos, principalmente na impossibilidade de uso da internet e smartphone.

Dadas as crescentes preocupações com o uso problemático da internet e a segurança on-line, distúrbios psicológicos como ansiedade, inibição comportamental, agressão e depressão podem ser desencadeados pelo vício por TICs e internet. Portanto, é necessário estabelecer políticas de prevenção, gestão e educação da dependência, tal como é o trabalho na dependência química (Remondi et al., 2020). Neste item, também é importante destacar que, mesmo que seja comprovado um aumento maior da dependência à rede por jovens, não ignora-se a probabilidade de que essa doença afete pessoas adultas e também idosos, como o acesso é livre e tem alcançado um elevado número de usuários pela interação causada, percebe-se que ficam “escravizadas” tornando, cada vez mais, dependentes por ferramenta tecnológica (Setzer, 2014).

BREVE RESUMO DO ENQUADRAMENTO TEÓRICO

As Teorias da Comunicação surgiram do desejo de interpretar as condições advindas de motivos para entreter o público e inicialmente estavam orientadas em compreender os tipos de mídias e conteúdo que eram veiculados pelos mesmos (Berelson, 1949; Cantril, 1942). Entretanto, com o avanço das pesquisas, as consequências trazidas pelo uso das mídias em diversos momentos e circunstâncias foi uma pergunta que surgiu naturalmente, e a partir de então, novas perspectivas foram abordadas (McQuail, 1994).

Tomando como base a pergunta: O que as mídias fazem com a audiência? Questiona-se o que a internet, um mídia moderno, faz com o seu público. Para contestar a esta pergunta, releva-se as contribuições de McQuail et al. (1972), que lideraram as análises sobre mídias e audiência. Os autores visualizaram a audiência como sujeito ativo e afirmaram que a audiência seleciona conteúdos de acordo com as necessidades sociais, afetivas e cognitivas que deseja atender. Os resultados dos teóricos foram suficientes para enraizar a Teoria dos Usos e Gratificações (U&G) nas ciências sociais, que foi se desenvolvendo e adequando a evolução da comunicação (Katz, Haas, & Gurevitch, 1973).

Sintetizando os resultados, McQuail et al. (1972) apontaram que o público usava as mídias para obter benefícios, aos quais denominou gratificações. As gratificações foram classificadas em 4 categorias: diversão, relações pessoais, identidade pessoal e vigilância. Posteriormente, Blumler (1979) reanalisou os contributos e identificou três gratificações determinadas anteriormente por McQuail e colaboradores (1972): diversão, identidade pessoal e orientação cognitiva (semelhante ao termo vigilância). Os resultados das pesquisas de Blumler (1979) e McQuail et al. (1972) serviram como estímulos para estudos desenvolvidos nas décadas seguintes, inclusive após o surgimento da tecnologia e a inserção de outras mídias (Kassab & Yuan, 2012). Aqui, inclui-se a internet, uma vez que a teoria dos U&G também adaptou-se à capacidade concedida pela mesma, que pela interatividade intrínseca, oferta ao usuário a oportunidade de selecionar e filtrar mensagens, promovendo um papel mais participativo (Yuan, 2011). Reforçando a aplicação dos U&G no mundo digital, pesquisas que analisaram a relação entre audiências e mídias digitais, assim como foi feito com mídias convencionais também comprovam que ao usar a internet e conteúdo on-line, os consumidores buscavam obter algumas gratificações. Referindo-se à internet, as gratificações postuladas por estudos atuais foram relaxamento-escape (Ferguson & Perse, 2000; Jere & Davis, 2011; Roy, 2009), companhia (Roy, 2009); autoaprendizagem (Jere & Davis, 2011;

Roy, 2009); aprendizagem (Roy, 2009); vigilância (Ferguson & Perse, 2000; Roy, 2009); busca de informação específica (Roy, 2009); passar tempo (Ferguson & Perse, 2000); interação (Roy (2009); anonimato (Kasakowskij et al., 2018); procura de informação escolar/profissional (Jere & Davis, 2011; Roy, 2009); e, diversão (Ferguson & Perse, 2000; Jere & Davis, 2011).

Posto estas conclusões, é perceptível que a internet oferece um conjunto maior de possibilidades e que as necessidades psicossociais que podem ser atendidas são mais extensas; sobretudo, se comparada a interatividade causadas pelas redes sociais, que permite as audiências atuar ativamente na produção e seleção de conteúdo.

Neste contexto, a internet tem ocupado um espaço cada vez maior na sociedade em geral, e no contexto familiar em particular. Neste ponto, observamos Livingstone (2002) descrevendo três tipologias de lares: 1) os ricos em mídias, marcados pela presença de um leque abrangente de recentes dispositivos mediáticos e acessíveis a todo o agregado familiar; 2) lares tradicionais onde mídias tradicionais são utilizados com frequência e novos mídias são restritos e; 3) os lares pobres em média, com pais restringindo o uso de mídias por questões financeiras, sejam tradicionais ou modernos. Assim sendo, é necessário referir a existência de uma relação direta entre o rendimento familiar e meios disponibilizados em ambientes ricos em média; mas, inversamente proporcional quando a questão decai em grau de escolaridade dos pais e disponibilização de tecnologias aos filhos (Livingstone & Helsper, 2007).

CAPÍTULO III – ENQUADRAMENTO METODOLÓGICO

3.1 Problema de investigação

Nas últimas décadas, a internet tem sido o eixo de grandes argumentações devido à conexão globalizada que permite. A influência das novas tecnologias está agregada ao mundo contemporâneo, permitindo a conexão e a interação no espaço virtual e essas mudanças estimularam o surgimento de uma nova cultura: a cultura digital (Kenski, 2015).

Num universo tecnológico, onde a cultura digital prevalece, as formas de pensar, agir, comunicar, trabalhar e aprender foram modificadas (Kenski, 2015). Atualmente, as Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) enraizaram-se na vida cotidiana e indivíduos avessos aos aparatos eletrônicos parecem ter permanecido em tempos passados.

Seguindo o movimento da globalização, as TICs e a internet também foram inseridas no Brasil. No país, os microcomputadores foram disseminados no começo dos anos 1980 e permitiram o acesso à internet por meio de modems e rede de telefonia convencional. A introdução de novas tecnologias interligou as pessoas por meio de seus dispositivos tecnológicos e aumentaram o interesse e a busca pelo estabelecimento de conexões instantâneas (Carvalho, 2006).

No entanto, diferente de outros países, no Brasil a evolução foi mais lenta (Kenski, 2015). A conectividade ainda não está presente em toda a extensão territorial e a democratização das tecnologias andam em passos lentos. Hoje, embora milhões de brasileiros tenham a oportunidade de estabelecer conexões interpessoais e acessar conteúdos midiáticos instantaneamente, outros sequer conhecem as facilidades da vida contemporânea e nunca utilizaram estas tecnologias.

Este contexto mostra a pertinência em compreender a exposição das famílias brasileiras ao on-line, com foco nas famílias militares em que, pelo menos, um dos elementos do agregado familiar é militar das forças armadas no Brasil.

Para explorar este cenário, realizou-se um “exercício de introspeção e reflexão acerca de como encarar o conhecimento de um aspecto em particular do mundo” (Vilelas, 2009, p. 11). Nesse “exercício de introspeção e reflexão”, realizou-se uma revisão bibliográfica sobre a temática, designadamente procurando pesquisas que explorassem a exposição à internet, incluindo questões de dependência da internet, no contexto do lar de famílias brasileiras militares. A revisão mostrou tratar-se de um tema que não tinha sido ainda explorado e, em simultâneo, contemporâneo, exequível, pertinente e até possível de ser ajustado ao tempo

disponível para sua concretização (Eco, 1998; Quivy & Campenhoudt, 2008). É mister referir ainda que a estas razões junta-se o facto de o tema ser do interesse pessoal da investigadora, entendida, também, como uma razão considerada pertinente pelo próprio Umberto Eco (1998).

Para realizar a pesquisa foi necessário decidir a questão, os objetivos, estabelecer o quadro conceptual e metodológico a seguir. Por outras palavras, foi necessário percorrer um conjunto de três grandes momentos até à sua concretização. Essas etapas foram também trabalhadas tendo presente que a pesquisa tinha de ser aprovada pelo Comitê de Ética e pelo comando do 5º Batalhão de Engenharia e Construção (5º BEC) conforme breve sequência a seguir:

1ª Etapa – Construção do Projeto de Pesquisa e Submissão ao Comitê de Ética em Pesquisa (CEP)

Concluindo o desenvolvimento dos objetivos do estudo e do quadro conceptual, foi iniciada a escrita de um projeto de pesquisa. Finalizado, o projeto foi submetido ao comando do 5º Batalhão de Engenharia e Construção (5º BEC) que permitiu a execução do estudo na vila residencial, localizada na Avenida Rogerio Weber, s/n, dentro da área do batalhão e morada dos militares e familiares.

Após a aprovação pelo comando militar, o projeto foi submetido ao CEP do IFRO, conforme a resolução nº. 510/2016 do Conselho Nacional de Saúde (CNS) que dispõe sobre a realização de pesquisas sociais com seres humanos. A pesquisa só foi iniciada após a autorização do sistema CEP/CONEP.

2ª Etapa – Recolha e Análise de Dados

Após a autorização do órgão militar e aprovação do CEP/IFRO, a recolha de dados foi realizada mediante ficha investigatória, padronizada para este estudo e que consta nos apêndices da dissertação. A coleta de dados foi realizada entre os meses de dezembro de 2019 e janeiro de 2020 pela autora, que visitou todas as residências habitadas para convidar as famílias para participarem no estudo.

Um convite formalizado foi enviado por e-mail e grupo de mensagens para os indivíduos que aceitaram participar do estudo durante as visitas *in loco*. Todos tiveram acesso ao TCLE, tanto pais quanto filhos e, após aceite, puderam responder ao inquérito por

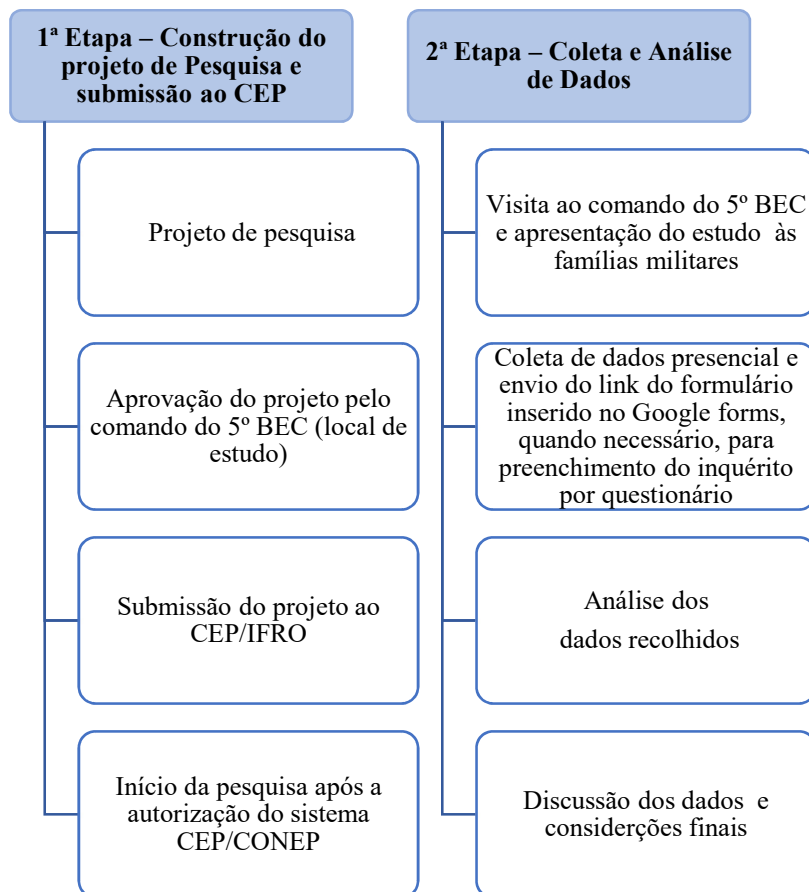
questionário adequado ao perfil do entrevistado – um inquérito por questionário para os pais e outro para os filhos.

Os dados foram organizados num banco de dados, que foi elaborado por meio da inserção das informações recolhidas por meio do instrumento de recolha, seguindo-se a análise dos resultados.

Após a análise dos dados quantitativos, utilizando estatística descritiva, os resultados foram interpretados à luz da revisão de literatura dissertada na primeira parte deste trabalho, promovendo discussões e norteando conclusões sobre os resultados obtidos.

Em seguida, apresenta-se em forma de diagrama o percurso das etapas que a pesquisa seguiu para responder à questão e objetivos que a pesquisa coloca (figura 5).

Figura 5 – Etapas do estudo



Posto isto, segue-se a apresentação da questão e objetivos que conduzem a pesquisa que se propõe realizar.

3.2 Questão e objetivos de investigação

Tendo por base as razões enunciadas no ponto anterior para a realização desta pesquisa e a revisão de literatura, procura-se responder à seguinte questão de investigação:

- a) Qual o papel da internet no contexto do lar das famílias brasileiras militares, designadamente das famílias militares residentes na Vila Militar do 5º BEC?

Desta forma, esta dissertação tem como objetivo principal:

- b) Compreender a tipologia de uso e gratificações das famílias militares brasileiras na exposição à internet no contexto do lar.

Os objetivos específicos:

- c) apurar os dispositivos ligados à internet que as famílias militares usam na sua residência;
- d) identificar o tempo de exposição na internet aos conteúdos;
- e) identificar em que local da casa são utilizados, com mais frequência, os dispositivos ligados à internet;
- f) identificar se pais e filhos se consideram dependentes da internet;
- g) identificar como os familiares se sentem quando não acessam a internet;
- h) identificar quais as atividades que filhos e pais realizam na internet;
- i) identificar as razões que levam as famílias a fazerem as atividades na internet.

Os resultados vão permitir conhecer a exposição aos conteúdos na internet das famílias militares brasileiras. Feitas estas considerações, em seguida é descrito o desenho de investigação proposto.

3.3 Desenho de investigação: estudo descritivo

Ao analisar os métodos de pesquisa disponíveis, percorreu que experimentos, levantamentos, averiguações históricas, análise de informações em arquivos e estudos de caso são alguns exemplos de estratégias adotadas para a realização de estudos voltados para ciências sociais (Yin, 2001), o autor ainda complementa que um estudo de caso descritivo

seria o procedimento de investigação mais adequado para melhor análise de informações e obtenção dos objetivos propostos (Yin, 2001).

Para análise abrangente deste estudo optou-se pelo estudo de caso descritivo que aponta de forma clara como as características do processo se correlacionam (Fernandes e Gomes, 2003). Para Neuman, a realização do estudo descritivo expõe como as classes e categorias estudadas foram detalhadas ou pelo processo que envolve ou pelo fenômeno pesquisado (Neuman, 1997). O objetivo principal, referido nos estudos de caso, é solucionar um propósito ou uma soma de elementos que foram encontrados, como foram encontrados e quais conclusões foram auferidas (Yin, 2001). Barros e Lehfeld, (2007) explanam que estudo descritivo é realizado sem prejudicar a análise e compreensão dos elementos, sem que tenha influência do investigador para sua interpretação. Outros estudiosos como, Mattar, Oliveira e Motta (2014) discorrem que pesquisa descritiva visa percepção a um acontecimento ou a um experimento que está sendo estudado.

Dentro desta vertente, Yin acrescenta que “o estudo de caso, como outras estratégias de pesquisa, representa uma maneira de se investigar um tópico empírico seguindo-se um conjunto de procedimentos pré-especificados” (Yin, 2001, p. 33). O estudo de caso compreende uma ação que busca mostrar conhecimento, discutindo, assim, cada etapa de uma realidade que pode não ter sido nitidamente exposta. Estes recursos descrevem com maior transparência a veracidade dos fatos, podendo demonstrar com exatidão a realidade do local e da população que ali habita (Yin, 2005).

Em suma, o estudo de caso busca compreender uma realidade em particular com intensa precisão e pormenores, de forma a examinar os fatores que possam contribuir para um resultado exato, agregando as ações interna e externa já pesquisadas, a cada caso estudado (Fernandes e Gomes, 2003). Portanto, ao considerar os objetivos deste trabalho e a escassez de conteúdos direcionados para a temática, optou-se por utilizar o estudo de caso descritivo, sendo adequado quando há pouco conhecimento de uma realidade (Barros e Lehfeld, 2007), uma vez que era desejado conhecer os Usos e Gratificações nas famílias militares num contexto particular como veremos de seguida.

3.4 Unidade de análise

A pesquisa foi realizada com famílias militares residentes na Vila Militar do 5º BEC (ver Figura 6), uma única unidade no Brasil, localizada em Porto Velho, Estado de Rondônia, que foi criada pelo Decreto nº. 56.629, de 30 de julho de 1965 (5º BEC, 2016). Neste item, é válido ressaltar que a escolha da população e local de estudo foi influenciada por questões pessoais, visto que a pesquisadora foi residente na vila militar selecionada para a execução da pesquisa, e teve seu núcleo familiar formado a partir de princípios militares, razões válidas no pensamento de Umberto Eco (1998).

Figura 6 – Vista aérea do 5º BEC



Fonte: autoria própria.

O 5º BEC foi implantado em Rondônia após a extinção do Batalhão de Serviços de Engenharia de Campina Grande, Estado da Paraíba (Brasil), e da Comissão de Estradas de Rodagem nº 5 (CER/5) em Cuiabá, Estado de Mato Grosso (Brasil), após o fecho das unidades, o acervo de viaturas, o maquinário e o efetivo foram transferidos para Porto Velho, no dia 20 de fevereiro de 1966, onde se instalou em 26 de setembro de 1966. No Estado de Rondônia, a unidade recebeu inicialmente, a incumbência de assumir os encargos administrativos da Estrada de Ferro Madeira-Mamoré, mas foi agregando outras funções no decorrer dos anos (5º BEC, 2016).

Atualmente, após 52 anos de história em Rondônia, o 5º BEC, precursor da Engenharia do Exército na Amazônia, já implantou mais de 1.600 Km de rodovias federais em revestimento primário. A unidade de Engenharia do Exército brasileiro, atualmente desenvolve, por meio de convênios com órgãos federais, estaduais e municipais diversas

obras de capital importância para o desenvolvimento e manutenção do progresso da Amazônia (5º BEC, 2016). Sendo o único Batalhão voltado exclusivamente para obras de engenharia e construção no Estado de Rondônia.

Assim, o universo do estudo são famílias militares, caracterizadas pelo chefe de família ser militar do Exército Brasileiro, residentes numa vila militar das forças armadas de Porto Velho, Estado de Rondônia, referida anteriormente.

Explicando sobre a população de estudo, o plano de carreira militar inclui um período para aperfeiçoamento da profissão e movimentação entre organizações militares em diferentes regiões do Brasil, sempre em áreas de fronteira territorial. Essas mudanças podem ocorrer a cada dois ou três anos e, a cada transferência, o núcleo familiar precisa se adaptar ao novo local de vivência, agregando diferentes culturas e costumes aos seus lares.

Essas famílias residem na vila militar, existente na cidade de Porto Velho, sua peculiaridade a diferencia de qualquer outro ambiente. As casas têm normas especificadas de moradia, são divididas conforme a patente dos seus usuários e que já chegam com data definida de partida, o local é dividido por: vila dos oficiais, vila dos sargentos e vila dos cabos. Como uma típica hierarquia militar, a organização e disciplina do Exército fazem parte do cotidiano e se misturam com as tradições familiares. É comum o contato rotineiro dos moradores com treinamentos militares, tropas armadas e comboios motorizados. Essas características conferem segurança e disciplina; no entanto, implica dificuldades em limitar a área de trabalho da área de convivência familiar e social, fazendo do lar militar uma ampliação do quartel (Silva, 2016).

Do ponto de vista social, seguindo o padrão, todas as casas são cercadas por muros baixos, considerando que a vila é dentro de uma área do quartel, localizado em um ambiente mais afastado das regiões centrais da cidade e que tem menos densidade populacional. O modelo de organização favorece o contato entre vizinhos, propiciando um clima de integração e harmonia entre os moradores. Essa organização é estimulada pela necessidade de troca de informações, designadamente quando uma família é transferida para outro local e precisa de produtos e/ou serviços ou informações, necessárias para a adaptação e familiarização dos novos integrantes no núcleo social militar.

Dentro do escopo de vilas militares, a Vila Militar do 5º Batalhão de Engenharia e Construção, foco do estudo, está inserida numa região de fronteira com a Bolívia, sendo composta por moradores de diferentes regiões do Brasil. A constituição da unidade de análise para o estudo foi pensada mediante atendimento dos seguintes critérios de inclusão: 1)

peças residentes na vila, entre 12 e 70 anos de idade; 2) indivíduos de ambos os sexos e; 3) todos que assinarem o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) sendo informados que se manteria, sempre, o anonimato dos participantes.

Considerando que a participação na pesquisa era facultativa e o questionário composto por perguntas não obrigatórias, o método escolhido, por conveniência, requer um convite ao indivíduo, que deve expressar o aceite em participar mediante a assinatura de um Termo de Consentimento Livre e Esclarecido TCLE (Hill & Hill, 2002).

A vila militar é constituída por 106 residências, 87 estavam habitadas por famílias em que pelo menos um dos elementos do agregado familiar é militar do Exército e, destes, 72 pessoas aceitaram participar da pesquisa, sendo 44 pais e 28 filhos. Todos os participantes contribuíram voluntariamente para a realização deste estudo, sendo garantido sigilo e anonimato em suas participações.

Posto isto, segue-se a apresentação do instrumento utilizado na recolha de dados.

3.5 Instrumento de recolha de dados: inquérito por questionário

Como referido, esta pesquisa é um estudo de caso descritivo, de natureza quantitativa e o instrumento selecionado para a recolha de dados é o inquérito por questionário.

Neste contexto, refere-se que a pesquisa quantitativa permite realizar o levantamento de um volume elevado de dados quantificáveis, de uma forma simples e rápida e o tratamento dos dados pode ser feito por meio de recursos de caráter informático e estatístico. Ainda neste contexto, concorda-se com Vilelas (2009) quando afirma que a pesquisa quantitativa permite traduzir em dados quantificáveis as opiniões e as informações para, em seguida, poderem ser classificadas e analisadas. No entanto, a aplicação de questionários produz dados imutáveis, que quando não possuem amplitude suficiente para atender as expectativas do autor, podem prejudicar a obtenção de resultados (Goode & Hatt, 1972; Mattar, 1994). Diante desta limitação, é necessário formular um instrumento completo, robusto e ao mesmo tempo adequado ao público estudado (Goode & Hatt, 1972; Mattar, 1994). Dentro desta perspectiva, Quivy e Campenhoudt (2008, p. 189-190) complementam que, para elaborar um questionário, é imprescindível a “escolha da amostra, formulação clara e unívoca das perguntas”; ou seja, seguir um quadro metodológico rigoroso e sistemático que implica, por exemplo, a identificação dos potenciais participantes, definição de uma amostra usando técnicas adequadas, exposição detalhada da criação do questionário em relação ao conteúdo e à

estética, aplicação adequada, programa adequado para tratamento e análise dos dados, e outros tantos requisitos que tornam o seu resultado mais conclusivo.

Ciente das prerrogativas e limitações do inquérito por questionário, é imprescindível que a formulação do instrumento seja feita com rigor e que sua aplicação seja realizada conforme um planejamento estratégico, que propicie aos intervenientes a compreensão dos objetivos para a recolha de informação previamente definidas sobre a opinião e comportamento de um grupo de pessoas (Quivy & Campenhoudt, 2008). Seguir estes procedimentos evita o norteamto da pesquisa para uma direção diferente da esperada e permite compreender o processo pelo qual as pessoas constroem significados (Bogdan & Biklen, 1994), traduzindo experiências individuais e compartilhadas que refletem a realidade explorada.

Finalmente, após a definição do instrumento para coleta de dados que seria utilizado, foi iniciada a elaboração do inquérito por questionário. Como não se identificou um questionário que respondesse com exatidão ao que esta pesquisa se propõe investigar, ajustado à realidade brasileira e ao público estudado, o questionário foi elaborado tendo por base a revisão de literatura, designadamente os contributos das pesquisas de Oliveira (2015) Greenberg (1974), Papacharissi e Rubin (2000), Roy (2009), Rubin (1983; 1984), Wolf (2003), Cantril (1942), Blumler (1979), McQuail et al. (1972), Rosengren (1974); Dalmonte (2008), e Nogueira (2016). De referir, ainda, que tendo presente o facto de o uso da internet no Brasil ter acontecido de forma lenta e progressiva, diferente de países desenvolvidos, e que muitas famílias brasileiras só tiveram acesso à tecnologia após tornar-se mais barata e acessível (Mazzeo, Pantoja, & Ferreira, 2000), o processo de implementação e adaptação dos brasileiros às TICs foram considerados na adaptação do questionário.

Após a finalização da primeira versão do inquérito por questionário, passou-se à etapa do pré-teste. Esta etapa foi realizada para identificar problemas com formulação ou dificuldades de interpretação que poderiam ser expressos pelos respondentes, de maneira a garantir que a versão final estaria em condições para recolher os dados sem causar prejuízos aos participantes e, ao mesmo tempo, atender aos objetivos abordados (Hill & Hill, 2002).

No pré-teste, o questionário foi enviado a um grupo de dez pessoas com nacionalidade brasileira, de diferentes faixas etárias e que tinham as mesmas características dos participantes do estudo. O teste foi bem-sucedido e os voluntários mencionaram suas impressões sobre o instrumento e sugeriram questões de índole semântica como o fato de que as perguntas do questionário poderiam ser mais claras e objetivas. Essa demanda foi relatada por dois jovens,

de 12 e 13 anos que expressaram a necessidade de readequar esta pergunta: quais espaços da casa, público ou privado, preferem acessar a internet? Exemplificando quais seriam estes locais. Outra questão que foi mencionada por todos os entrevistados, foi a necessidade de reduzir o número de perguntas do questionário para que fosse possível responder num curto período de tempo.

As indicações foram analisadas e consideradas no momento da elaboração de uma nova versão do inquérito por questionário. Feitas as alterações, mais cinco pessoas voltaram a responder ao questionário para avaliar se as modificações foram satisfatórias, sendo que nenhuma levantou qualquer problema ou dúvida.

Cumprida esta etapa, o inquérito por questionário foi dado como finalizado e, em conjunto com o projeto de pesquisa, foi submetido ao CEP para aprovação, a qual chegaria pouco tempo depois. É importante destacar que o questionário apenas é válido para a instituição em estudo, caso seja necessário a aplicação em outro local, o mesmo deverá ser revisado, testado e reenviado ao CEP para aprovação.

A estética do questionário e a matriz de análise são expostas no ponto seguinte.

3.6 Estética do questionário e matriz de análise

Estruturalmente, cada questionário¹¹ contém no topo um pequeno texto com uma breve apresentação da mestrandia, do objetivo da pesquisa e a garantia de anonimato dos participantes. O inquérito por questionário foi desenvolvido com base em perguntas fechadas, semiabertas e com recurso à escala de Likert, em que o entrevistado expressa o seu grau de frequência de cada afirmação: 1) “nunca”; 2) “raramente”; 3) “às vezes”; 4) “muitas vezes” e; 5) “sempre”.

Apesar de os conteúdos basilares serem os mesmos para pais e filhos, existiam detalhes diferentes; assim, atendendo ao facto de estarmos a falar de famílias, foi distribuído um questionário específico para pais e outro para filhos e as diferenças entre ambos eram: 1) no questionário dos pais havia um texto intitulado “Termo de Consentimento Livre e Esclarecido”, de preenchimento obrigatório para configurar o aceite em participar da pesquisa; 2) no questionário dos pais, havia outro texto referente ao Termo de Autorização Livre e Esclarecido (TALE), que também era obrigatório, e que após assinado dava autorização para que os seus filhos menores pudessem participar do inquérito; 3) o grupo I

¹¹ Os questionários podem ser consultados nos apêndices 3 e 4.

referente aos dados sociodemográficos tinham pequenos ajustes para adequar-se ao perfil de pais e filhos.

O questionário está estruturado em quatro grupos de modo a proporcionar uma linha condutora para minimizar as dispersões e maximizar a clareza e facilidade de preenchimento: Grupo I – Dados Sociodemográficos; Grupo II – Padrão de uso da internet em sua residência; Grupo III – Atividades realizadas na internet; Grupo IV – Razões porque faz atividades na internet.

Segue-se a descrição dos grupos para compreensão dos objetivos:

Grupo I – Dados Sociodemográficos: pretendeu-se recolher dados capazes de caracterizar os participantes. No questionário dos pais eram perguntados os seguintes dados: idade, sexo, estado civil, grau de escolaridade, profissão, número de filhos. Já no questionário dos filhos: idade, sexo, estado civil, grau de escolaridade e situação profissional.

Grupo II - Padrão de uso da internet em sua residência: procurava identificar se havia exposição à internet no contexto do lar, e, havendo, identificar em que condições a exposição aos conteúdos on-line aconteciam. Assim, o grupo tem sete perguntas como pode ser visualizado na tabela 2:

Tabela 2 - Descrição do grupo II - Padrões de uso da internet

Grupo II - Padrão de uso da internet em sua residência	
Pergunta	Objetivo
Utiliza a internet em sua residência	É a primeira pergunta do grupo e procurava saber se as famílias utilizavam ou não a internet no contexto do lar; se a resposta fosse negativa a participação terminava e só prosseguiam no questionário os participantes que respondiam positivamente.
Indique quais dispositivos ligados à internet que usa em sua residência	Identificar quais os dispositivos - Computador fixo ou portátil com ligação à internet, Notebook, Celular, Tablet, Smartphone - eram utilizados para se exporem à internet e desta forma identificar se estava perante um lar rico ou pobre em dispositivos ligado à internet; tendo como base pesquisas desenvolvidas por Livingstone & Helsper (2007).

Qual dispositivo ligado à internet que utiliza com maior frequência em sua residência?	Perceber se há mais propensão para ser usado o computador fixo, portátil ou dispositivos móveis com ligação à internet.
Por dia, em casa, quanto tempo usa a internet?	Identificar se o período de tempo que os participantes ficam expostos à internet é baixo ou alto.
Em que cômodo da casa utiliza com mais frequência os dispositivos ligados à internet?	Analisar se a exposição à internet é feita em ambientes privados ou públicos da casa (Kasakowskij et al., 2018).
Você se considera dependente da internet?	Identificar se consideram que estão dependentes (Abreu et al., 2008).
Como se sente quando não pode acessar a internet?	Identificar que tipo de sentimentos a internet proporciona: tranquilidade, ansiedade ou stress (Zhang et al., 2008).

Fonte: autoria própria.

Grupo III – Atividades realizadas na internet: neste item procurou-se recolher informação capaz de indicar se os participantes faziam um uso ritualizado (R) ou instrumental (I). A matriz de análise (ver tabela 3) foi constituída pela investigadora a partir da revisão de literatura (Rubin, 1983, 1984; Kim & Rubin, 1997; Mesch 2006a, 2006b), servindo de base à análise e discussão dos dados.

Tabela 3 - Descrição do grupo III – atividades realizadas na internet

Indicadores	Dimensão
Atividades realizadas na internet	Uso
Jogar on-line	R
Consultar programas informativos – exemplo: telejornais, debates, entrevistas	I
Consultar informação sobre questões militares e de segurança	I
Consultar informação sobre séries televisivas, filmes, telenovelas, concursos	R
Publicar informação em fóruns, em blogs, comentários em sites	R
Participar em redes sociais - exemplos: Facebook, Instagram, Twitter	R

Pesquisar informações, a fim de elaborar trabalhos para a escola, o trabalho	I
Ver vídeos, por exemplo no Youtube	I
Enviar e receber e-mail	I
Contactar para conhecer pessoas	R
Comprar serviços ou produtos na internet	I
Utilizar programas de mensagens instantâneas (Messenger, Facebook, Gmail, WhatsApp)	R

Fonte: autoria própria.

Grupo IV – Razões porque faz atividades na internet: identificar quais as gratificações na exposição e imersão na internet. A matriz de análise (ver tabela 4) foi constituída pela investigadora a partir da revisão de literatura (Ferguson & Perse; 2000; Jere & Davis; 2011; Kasakowskij et al.; 2018Roy, 2009), servindo de base à análise e discussão dos dados.

Tabela 4 - Descrição do grupo IV - Razões porque faz atividades na internet

Indicadores	Dimensão
Razões porque faz atividades na internet	Gratificação
Porque me acalma, faz esquecer os problemas, ajuda a libertar o que sinto, os meus pensamentos, desejos, sentimentos, as minhas emoções	Relaxamento
Porque é quase como que um amigo humano e fica comigo quando estou só	Companhia
Porque me ajuda a aprender coisas sobre mim mesmo	Autoaprendizagem
Porque aprendo sobre assuntos que não se aprendem na escola/trabalho	Aprendizagem
Porque procuro informação sobre o que se passa no meu país, noutros países	Procura de informação de aspecto informativo («vigilância»)
Porque me permite aceder a informações e assuntos mais específicos	Busca de informação específica
Porque não tenho nada melhor para fazer e dá para	Passar tempo

passar o tempo	
Porque permite a interação, relacionar-me com outras pessoas e a partilha de conteúdo, informações, notícias	Interação
Porque posso ver ou fazer coisas sem que se saiba que sou eu	Anonimato
Porque permite recolher informação para ajudar na elaboração de trabalhos escolares e do trabalho	Procura de informação escolar/profissional

Fonte: autoria própria.

Após a coleta de dados, a análise foi realizada com recursos do software Microsoft® Excel®, por serem instrumentos que reúnem potencialidades capazes de auxiliar na leitura, reflexão, análise e conclusão dos resultados, bem como proporcionam uma apresentação visual clara e explicativa. O processo iniciou-se com a criação de um ficheiro para inserção dos dados que, posteriormente, foram exportados para Excel e interpretados pela pesquisadora.

3.7 Aplicação do inquérito por questionário e recolha de dados

Para ter acesso às famílias estudadas foi solicitada autorização de estudo ao 5º Batalhão de Engenharia e Construção, Organização Militar do Exército Brasileiro. Com a autorização do Coronel, contactou-se, pessoalmente, os moradores da vila. No primeiro encontro, apresentou-se a pesquisa, particularmente o objetivo do estudo, como os dados seriam recolhidos e destacou-se a questão do anonimato e da necessidade da assinatura de dois documentos: o TCLE, primeiro para afirmarem que participavam na pesquisa voluntariamente e, o segundo TALE dando autorização para que os filhos menores de idade também participassem. É importante destacar que a participação dos filhos menores de idade foi devidamente autorizada pelos pais, conforme as normas do Comitê de Ética em Pesquisas CEP, assegurando, assim, o anonimato e segurança dos envolvidos no estudo. O questionário foi aplicado entre os meses de dezembro de 2019 e janeiro de 2020. Para realizar este estudo, a pesquisadora esteve na vila militar durante três semanas conversando com os moradores, explicando e tirando quaisquer dúvidas relacionadas com a aplicação do inquérito.

A disponibilização da pesquisa foi realizada *in loco* mediante fornecimento das fichas do questionário e autorização do estudo. Aos que preferiram responder posteriormente foi compartilhado, por aplicativo de mensagens e e-mail, o link da pesquisa que anteriormente foi inserido na plataforma Google forms, que é específica para criação e compartilhamento de formulários.

Independentemente da via utilizada no preenchimento de questionário impresso ou virtual, o primeiro documento fornecido foi o TCLE e/ou TALE, conforme apropriado, para informar os objetivos do estudo, as responsabilidades da pesquisadora de manter o sigilo e configurar o facto de aceitar ou não participar na pesquisa. Todos os participantes receberam apoio da pesquisadora para retirar eventuais dúvidas.

3.8 Riscos e Benefícios da pesquisa

Riscos

De acordo com a Resolução 466/2012 do Conselho Nacional de Saúde do Ministério da Saúde (Brasil), toda pesquisa com seres humanos envolve algum tipo de risco em maior ou menor grau, devido à participação do grupo de família.

Para amenizar essas situações, foi exposto aos participantes, de forma muito evidente e clara, o seguinte: 1) será garantida a privacidade e a identidade do participante; ou seja, não haverá identificação por nome, apenas por código padronizado para a pesquisa; 2) os dados só vão ser utilizados no âmbito desta pesquisa; 3) os registros e análise dos dados são trabalhados apenas pela pesquisadora desta dissertação; 4) haverá possibilidade de desistir a qualquer momento, sem prejuízos; ressaltando-se, também, o facto de a pesquisadora estar sempre disponível para esclarecer todas as dúvidas.

É válido referir que o questionário é composto por um conjunto de perguntas fechadas e foi respondido por meio de uma plataforma on-line, após a assinatura do TCLE. Estes procedimentos permitiram que os riscos fossem mínimos, pois não houve nenhum tipo de intervenção da pesquisadora. No entanto, sabe-se que esta situação pode causar algum constrangimento, apreensão, desconforto, desconfiança em responder a algumas perguntas que procuram saber questões sobre aspectos privados dos participantes a respeito da sua exposição à internet. No entanto, como referido no parágrafo anterior, estava assegurada a questão do anonimato e o facto de haver oportunidade para desistir a qualquer momento. É,

ainda, de referir que a pesquisa foi realizada sem que ocorresse qualquer tipo de ruído, por parte dos participantes, na aplicação e recolha dos dados.

Benefícios

Conforme a Resolução CNS 510/2016, os benefícios em pesquisa podem ser definidos da seguinte forma:

[...] contribuições atuais ou potenciais da pesquisa para o ser humano, para a comunidade na qual está inserido e para a sociedade, possibilitando a promoção de qualidade digna de vida, a partir do respeito aos direitos civis, sociais, culturais e a um meio ambiente ecologicamente equilibrado CNS 510/2016.

No que concerne ao trabalho apresentado, procura-se compreender o papel que a internet tem no contexto do lar das famílias militares brasileiras. E neste âmbito, considera-se que os benefícios têm índole indireta. Assim, os resultados vão auxiliar na compreensão do campo em estudo e, similarmente, contribuir para alargar a reflexão quanto ao papel que a internet tem e possa vir a ter no contexto familiar brasileiro, designadamente marcado por um dos elementos familiares ser militar. Pode-se, ainda, acrescentar que a partir dos dados poder-se-á tentar a realização de uma gramática para o uso da internet e desta forma partilhar em múltiplos e inter contextos educacionais, modos e formas de minimizar malefícios e enaltecer os benefícios da exposição à internet.

No que se refere ao mercado das organizações, outro benefício prende-se com o facto de se poder conhecer de forma mais clara as tendências futuras dos usos e gratificações inerentes à exposição à internet. Concomitantemente, a pesquisa dará benefícios ao desenvolvimento do pensar e refletir sobre a temática em estudo para a comunidade científica nacional e internacional e, designadamente, contribuirá para a elaboração de outras pesquisas.

Por fim, acrescenta-se que a pesquisa será eticamente justificável, a qual respeitará o participante em sua dignidade e autonomia, reconhecendo a sua vulnerabilidade, assegurando a vontade de contribuir e permanecer, ou não, na pesquisa por intermédio de manifestação expressa, livre e esclarecida.

CAPÍTULO IV – APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

Os dados foram recolhidos por meio de um inquérito por questionário, sendo um destinado aos pais e outro aos filhos. Os elementos foram discutidos por meio de tabulação e análise estatística permitindo assim uma melhor compreensão e quantificação, sendo estruturados por meio do software Microsoft® Excel®. As informações apresentadas correspondem às famílias em que um dos membros é militar do Exército Brasileiro e residentes na Vila Militar, extensão do 5º Batalhão de Engenharia e Construção, na cidade de Porto Velho, Estado de Rondônia (Brasil). Obteve-se resposta de 28 famílias, sendo 44 pais e 28 filhos, moradores desse ambiente.

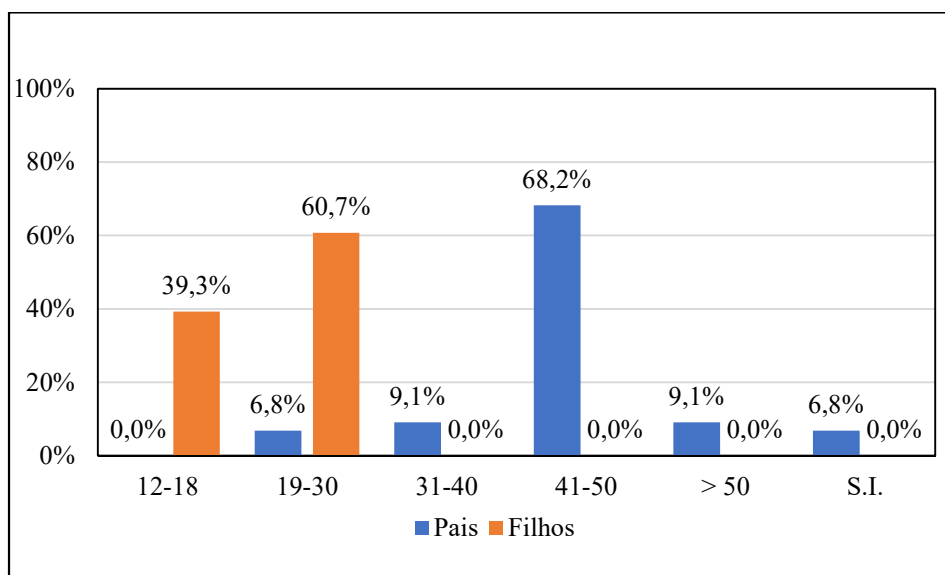
4.1 Caracterização sociodemográfica

Recolheu-se 72 respostas válidas, ou seja, esse foi o número total de pessoas que responderam que usavam internet no lar e as perguntas dos questionários. Assim, há 72 participantes (n=72) na pesquisa, sendo que 44 (n=44) correspondem aos pais e 28 aos filhos (n=28).

Idade

Em relação à faixa etária, a maioria dos filhos tem entre 19 e 30 anos (60,7%, n=28), sendo que ninguém tem menos de 12 anos. No grupo dos pais, 68,2% tem idade entre 41 e 50 anos (n=44), seguido de indivíduos entre 31 e 40 (ver gráfico 1).

Gráfico 1 – Faixa etária: pais e filhos

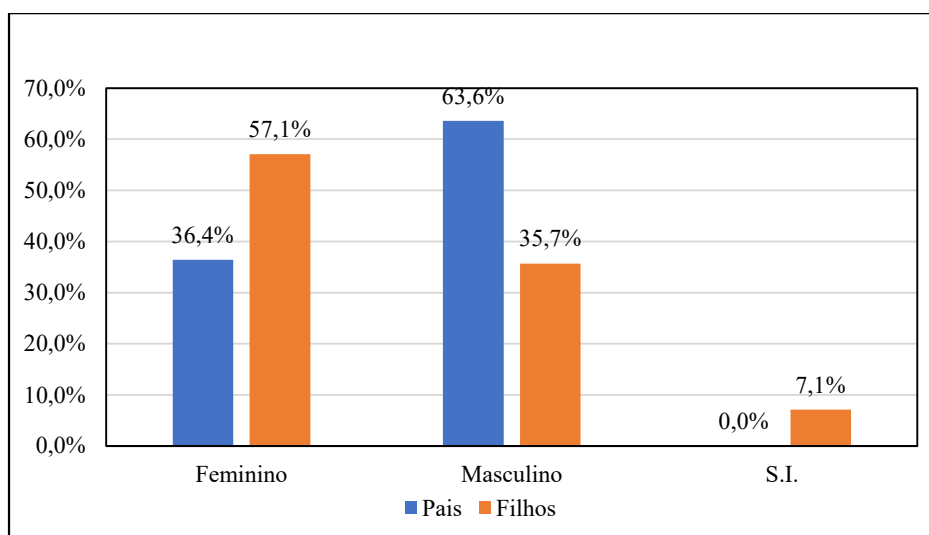


Fonte: dados da pesquisa.

Sexo

Conforme dados demonstrados no gráfico 2, o grupo de pais formado por 44 indivíduos, 28 (63,6%) eram pais e 16 (36,4%) mães; enquanto entre filhos, 16 eram do sexo feminino (57,1%) e 10 do sexo masculino (35,7%). Dois participantes do grupo de filhos (7,1%, n=28) não informaram o sexo.

Gráfico 2 – Sexo: pais e filhos

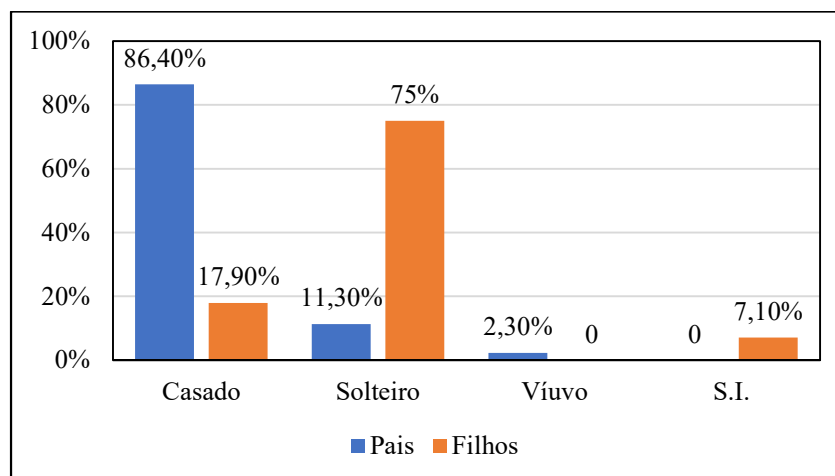


Fonte: dados da pesquisa.

Estado Civil

Em relação ao estado civil, 75% dos filhos são solteiros (n=28), 86,4% dos pais são casados, 11,3 % solteiros (união estável) e há apenas 2,3% de viúvos (n=72) (gráfico 3).

Gráfico 3 – Estado civil: pais e filhos

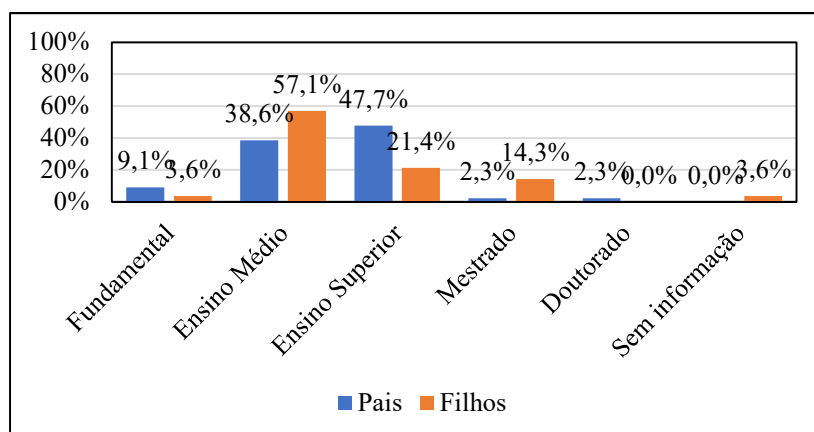


Fonte: dados da pesquisa.

Grau de escolaridade

Como é possível visualizar no gráfico 4, a maioria dos filhos (n=28) tem o Ensino Médio (57,1%), 21,4% o Nível Superior e 14,3% são Mestrandos. A maioria dos pais (n=44) tem o Ensino Superior (47,7%), 38,6% possuem o Ensino Médio e dois participantes informaram ter pós-graduação *stricto sensu* – sendo um mestre e um doutor.

Gráfico 4 – Nível de escolaridade: pais e filhos

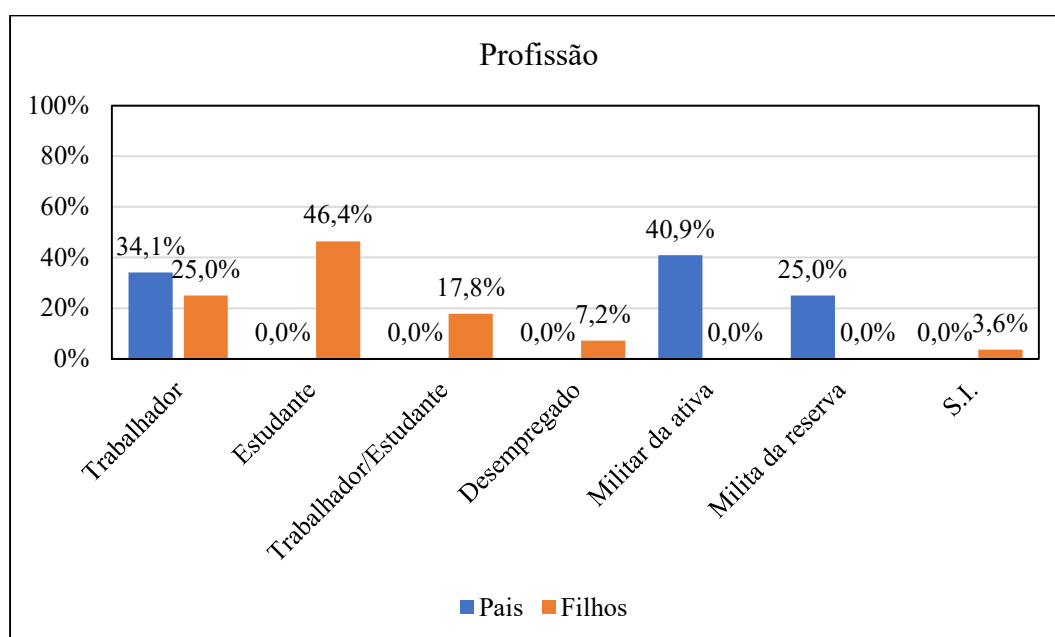


Fonte: dados da pesquisa.

Profissão dos entrevistados

Em relação à profissão dos filhos, a maioria dos entrevistados (n=28) é estudante ou está a concluir os estudos (46,4%); 25% compõem uma população economicamente ativa; 17,8% trabalham/estudam; 7,2% estão desempregados e; 3,6% não responderam a esta questão. Em relação aos pais (n=44), 40,9% são militares ativos; 25% estão na reserva remunerada e; 34,1% possuem outra profissão. Os que responderam como outra profissão são cônjuges, uma vez que apenas militares e seus dependentes podem residir nessas casas (gráfico 5).

Gráfico 5 – Ocupação: pais e filhos

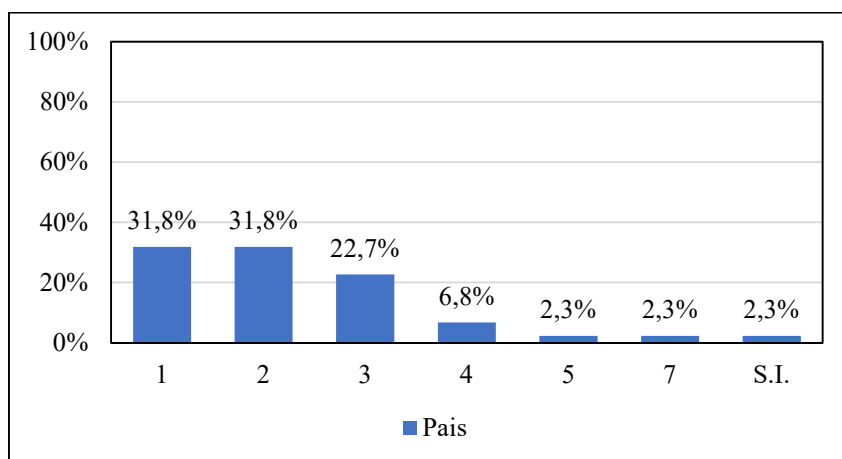


Fonte: dados da pesquisa.

Número de Filhos

Os pais foram questionados quanto ao número de filhos e a maioria tinha 1 ou 2 filhos, respostas dadas por 31,8% dos entrevistados em ambos os casos; em seguida, 3 filhos foi mencionado por 22,7%; e 4 filhos por 6,8% (dados descritos no gráfico 6).

Gráfico 6 – Número de filhos mencionado pelos pais

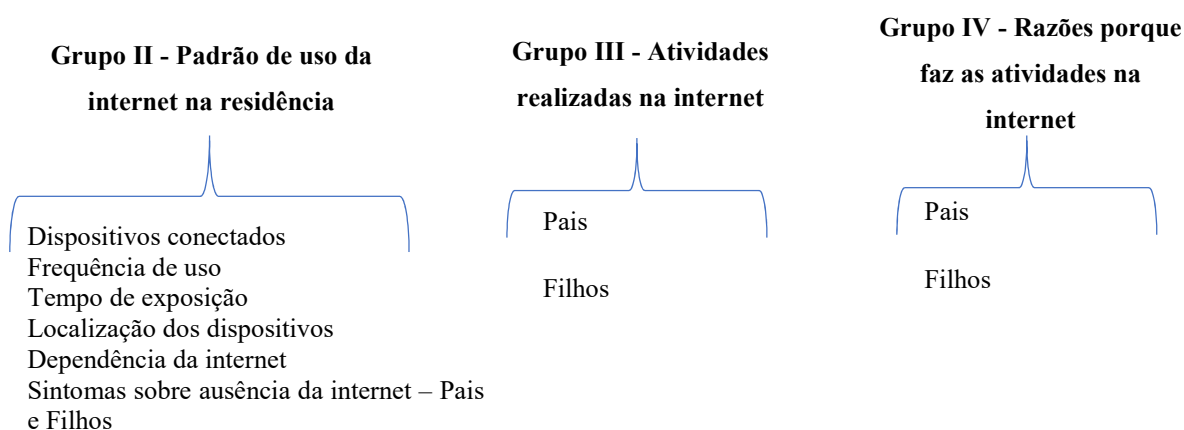


Fonte: dados da pesquisa.

Resumindo, responderam ao questionário 72 indivíduos, sendo 44 pais e 28 filhos. A maioria dos filhos tem entre 19 e 30 anos (60,7%) e estuda (46,4%). Dos filhos que trabalham (25%), a maioria tem o Ensino Médio (57,1%). Os pais têm entre os 41 e os 50 anos (68,2%), são militares ativos (40,9%) ou estão na fase de militar na reserva com remuneração (25%), as mães correspondem a 36,4% dos entrevistados, o Ensino Superior predomina entre os pais (47,7%), seguindo do Ensino Médio (38,6%).

Feita a caracterização dos participantes, segue-se a apresentação dos resultados referentes ao Grupo II - padrão de uso da internet na residência; Grupo III - atividades realizadas na internet; Grupo IV - razões por que fazem as atividades na internet, como pode ser visualizado na figura 7.

Figura 7 – Dados coletados no estudo e organizados por grupos



Fonte: dados da pesquisa.

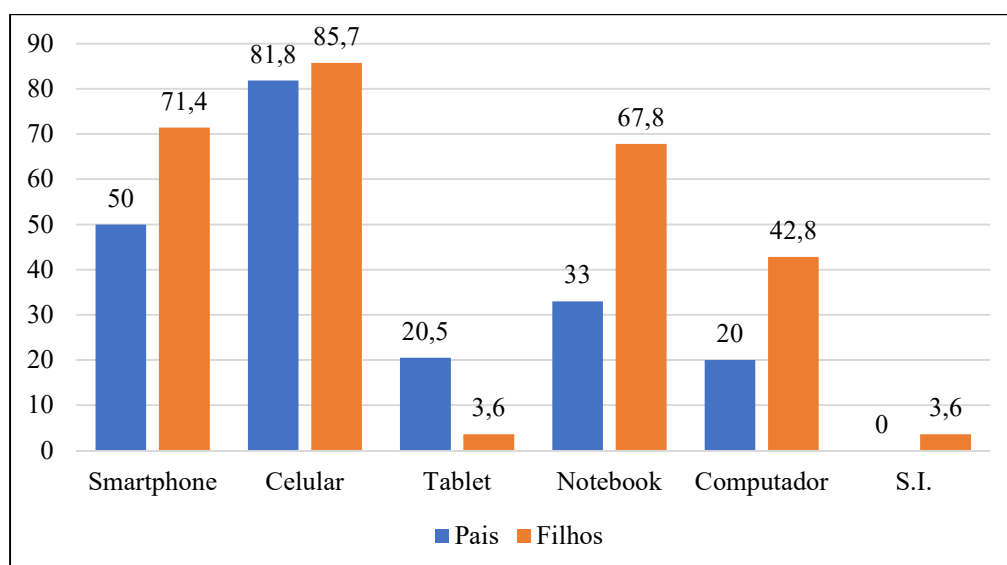
4.2 Padrão de uso da internet em sua residência

O Grupo II - Padrão de uso da internet em sua residência - teve o propósito de identificar as diversas ferramentas utilizadas pelos usuários, bem como o seu comportamento na internet (é válido ressaltar que as questões pertencentes a este grupo permitiam mais de uma resposta). Na pergunta 8 do questionário, referente ao uso da internet nas residências, 100% (n=44) dos pais e 100% (n=28) dos filhos assinalaram que sim, refletindo a inserção em massa das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) nos lares militares.

Questão 9: Quais dispositivos ligados à internet que usa em sua residência?

Os dispositivos móveis ligados à internet estão presentes nos lares militares e são utilizados frequentemente entre eles o telefone celular, citado por 35 pessoas (81,8%) no grupo de pais e 24 indivíduos no grupo dos filhos (85,7%). Em seguida, os smartphones despontam como um dos dispositivos mais conectados, sendo utilizado por 71,4% (n=20) dos filhos e 50% dos pais (n=22). O dispositivo notebook é referido mais pelos filhos (67,8%; n=28) do que pelos pais (33%; n=44), como é visível no gráfico 7.

Gráfico 7 – Dispositivos conectados à internet presentes nos lares militares indicados por pais e filhos

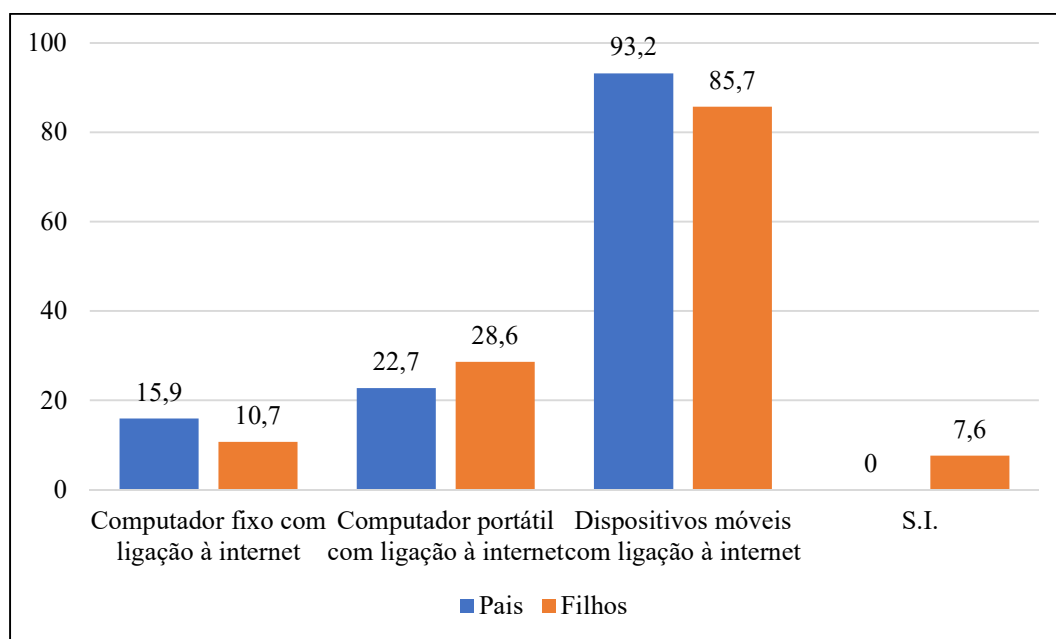


Fonte: dados da pesquisa.

Questão 10: qual dispositivo ligado à internet que utiliza com maior frequência em sua residência?

Referente aos equipamentos conectados à internet utilizados com maior frequência, os dispositivos móveis são os mais citados tanto pelos pais (93,2%; n=44), quanto pelos filhos (85,7%; n=28). Os dados permitem também visualizar que os pais fazem um uso mais expressivo do computador portátil (22,7%; n=44), do que do fixo (15,9%; n=44). Em relação aos filhos, os computadores não colhem forte popularidade, sendo que o computador fixo (10,7%, n=28) tem menos preferência do que o portátil (28,6%, n=28) conforme é possível visualizar no gráfico 8.

Gráfico 8 – Dispositivos conectados à internet utilizados com mais frequência nos lares familiares indicados por pais e filhos



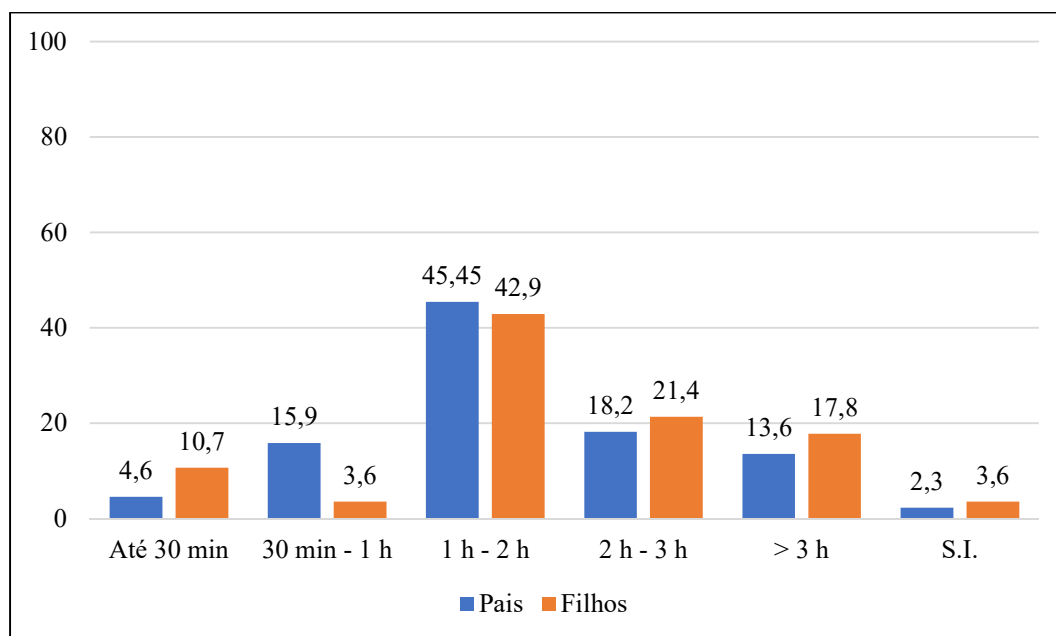
Fonte: dados da pesquisa.

Questão 11: por dia, em casa, quanto tempo usa a internet?

Ao avaliar o tempo dedicado ao uso da internet, ao acessá-la de um computador fixo ou portátil, 45,45% (n=44) dos pais e 42,9% (n=28) dos filhos expõem-se por dia entre 1 e 2 horas. 13,6% do pais e 17,8% dos filhos fazem uso de 3 horas consecutivas na internet. De

referir que 2,3% dos pais e 3,6% dos filhos não souberam estimar o tempo diário dedicado às tecnologias atuais, conforme dados demonstrados no gráfico 9.

Gráfico 9 – Tempo dedicado, por dia, no uso de computador fixo ou portátil com ligação a internet indicado por pais e filhos

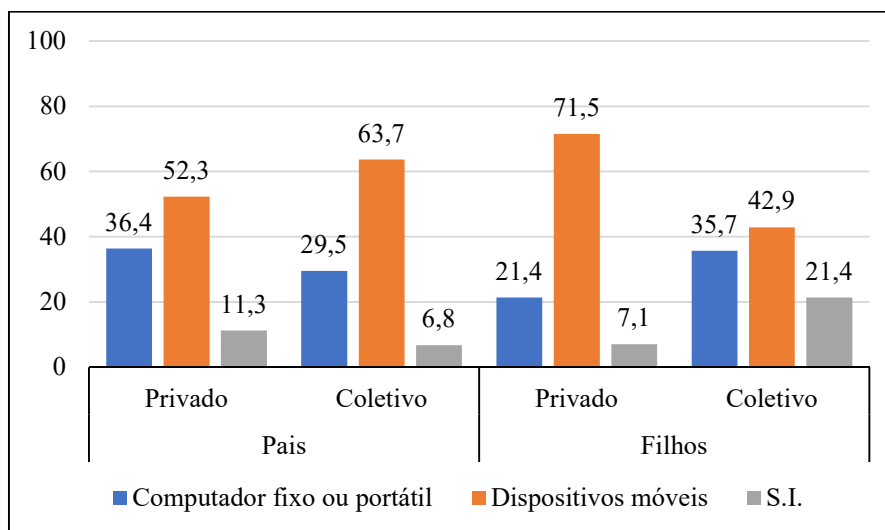


Fonte: dados da pesquisa.

Questão 12: em que cômodo da casa utiliza com mais frequência os dispositivos ligados à internet?

Os resultados do gráfico 10 mostram que os pais têm maior tendência para fazerem uso da internet em espaços públicos no contexto familiar, de que pode ser exemplo a sala de estar; enquanto os filhos preferem o contexto privado, de que é exemplo o quarto. Assim, a exposição dos pais à internet, por meio dos dispositivos móveis, é feita 52,3% (n=44) em ambientes privados e 63,7% (n=44) em ambientes coletivos. Os dados mostram também que 71,5 % dos filhos (n=28) expõem-se à internet em contexto privado da casa onde vivem, contra 42,9% em ambiente público (ver gráfico 10).

Gráfico 10 – Dispositivos ligados à internet utilizados na residência em cômodos privados e coletivos indicados por pais e filhos

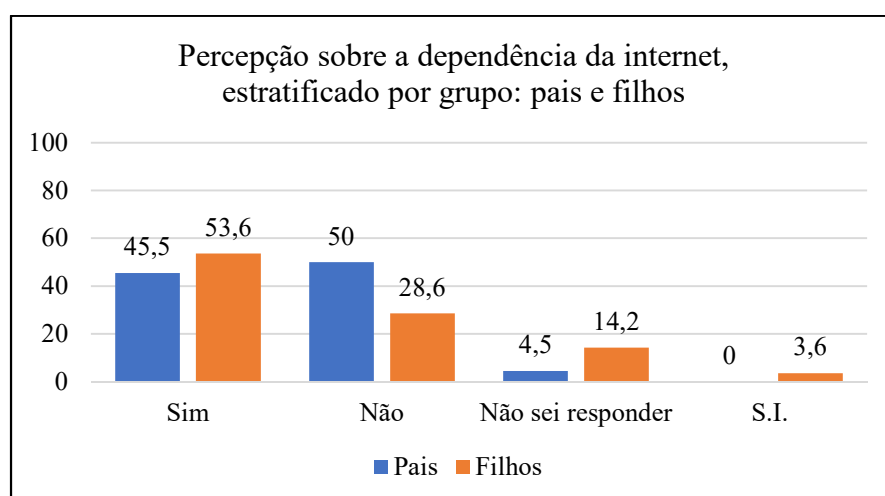


Fonte: dados da pesquisa.

Questão 13: você se considera dependente da internet?

Os resultados mostram que dos 28 filhos que responderam ao questionário, 53,6% (n=15) afirmam estar dependentes do uso da internet, 28,6% (n=8) dizem que não. No que concerne aos pais, a maioria (50%; n=22) não se define como dependente do uso da internet, mas, 45,5% (n=44) declararam que sentiam-se dependentes de dispositivos ligados à rede internet (gráfico 11).

Gráfico 11 – Dependência do uso da internet indicada por pais e filhos

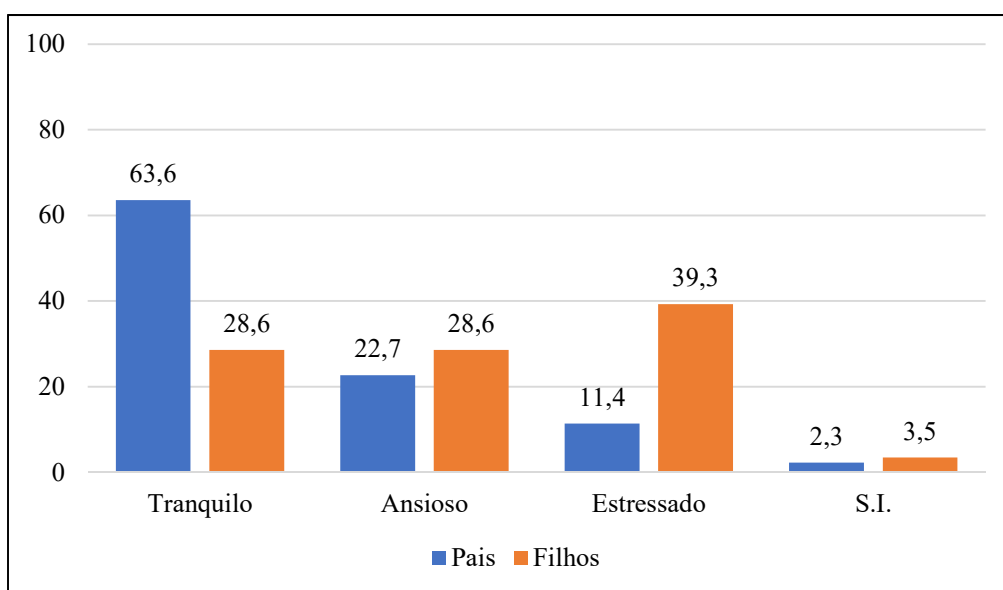


Fonte: dados da pesquisa.

Questão 14: como se sente quando não pode aceder à internet?

De acordo com os resultados, 63% os pais (n=44) afirmam que se sentem tranquilos quando não têm acesso à internet. Em contrapartida, dos filhos apenas 28,6% (n=28) se sentem calmos caso não consigam aceder à internet. Já 39,3% dos filhos sentem-se estressados na falta dos aparatos tecnológicos e apenas 11,4% dos pais sentem-se inquietos (gráfico 12).

Gráfico 12 – Sintomas relatados por pais e filhos na ausência do uso da internet



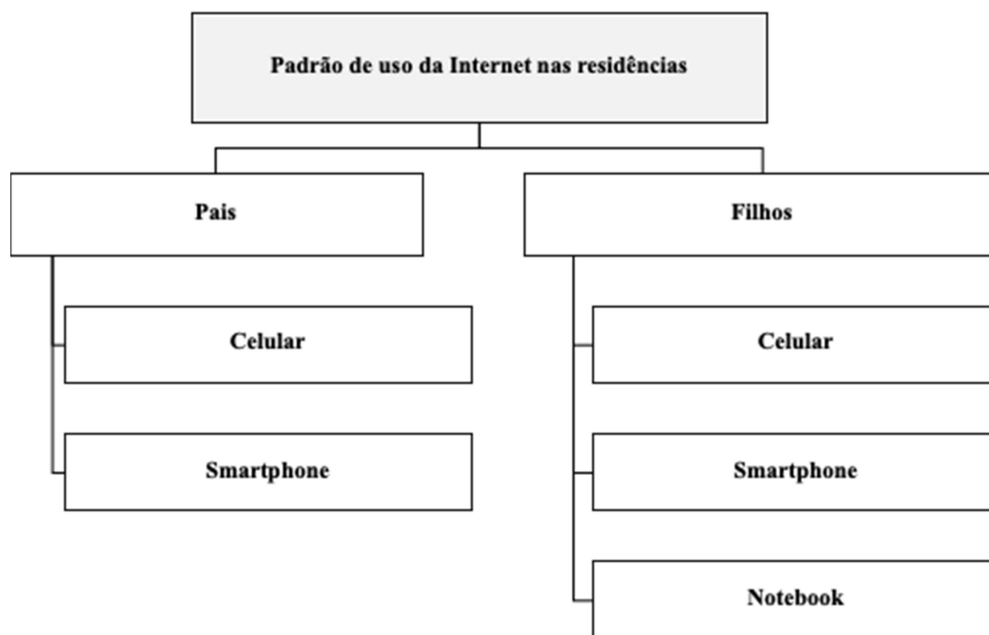
Fonte: dados da pesquisa.

Síntese de Resultados referentes ao Grupo II – Padrão de uso da internet em sua residência

Sintetizando os resultados, 100% de filhos e pais têm acesso à internet e o dispositivo mais presente nos lares é o telefone celular, citado por 35 pessoas (81,8%) no grupo de pais e 24 no grupo de filhos (85,7%). Em seguida, smartphones foram aderidos no cotidiano por 71,4% (n=20) dos filhos e 50% dos pais (n=22). O notebook foi mais referido pelos filhos (67,8%; n=28). Analisando o uso das TICs entre os pais é possível observar que os dispositivos portáteis são utilizados com maior frequência neste grupo (93,2%; n=44), seguido pelo uso do computador portátil (22,7%; n=44) (ver figura 8).

Tempo de uso também foi avaliado, e percebe-se que 45,45% dos pais e 42,9% dos filhos expõem-se por dia entre 1 e 2 horas; 13,6% dos pais e 17,8% dos filhos por 3 horas consecutivas. Sobre a exposição à internet, 52,3% dos pais acessam seus dispositivos móveis em ambientes privados e 63,7% em ambientes coletivos. Os dados mostram também que 71,5% dos filhos preferem aceder à rede em contexto privado da casa onde vivem, contra 42,9% em ambiente público.

Figura 8 – Dispositivos utilizados com mais frequência por pais e filhos de famílias militares



Fonte: dados da pesquisa.

Sobre a dependência, 53,6% dos filhos afirmam estar dependentes do uso da internet, menor proporção foi observada entre pais, sendo 45,5% dos entrevistados. Sobre sentimentos referidos, 63% dos pais se sentem tranquilos quando não têm acesso à internet, realidade oposta à dos filhos, que 39,3% revelaram que se sentem estressados na impossibilidade de uso da rede de computadores.

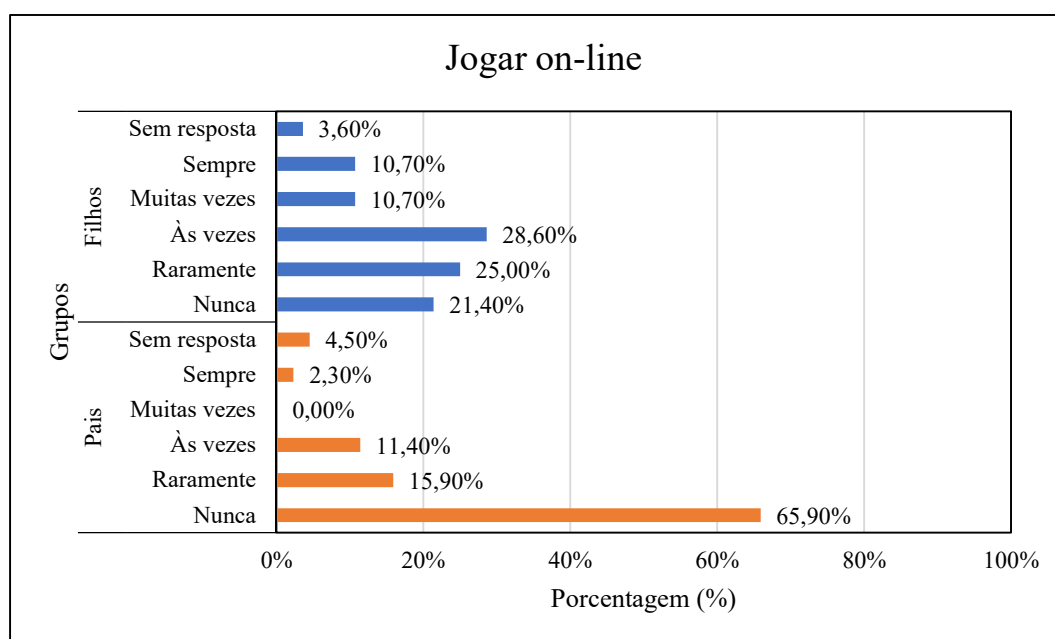
4.3 Atividades realizadas na internet

No Grupo III foram elencadas as atividades realizadas na internet, por pais e filhos. Segue-se a apresentação dos dados referentes à pergunta 15, composta por diferentes atividades (Pergunta que permitia mais de uma opção de respostas).

Jogar on-line

Os jogos na internet são as atividades mais populares entre filhos, que relatam com mais frequência que usam a internet para praticar jogos virtuais. Essa finalidade foi citada por 10,7% como atividades realizada sempre e por 28,6% às vezes. Por outro lado, pais não parecem ter aderido a essa atividade, tanto que 65,9% nunca o fizeram e 15,9% raramente pratica (gráfico 13).

Gráfico 13 – Atividade realizada por pais e filhos na internet - Jogar on-line



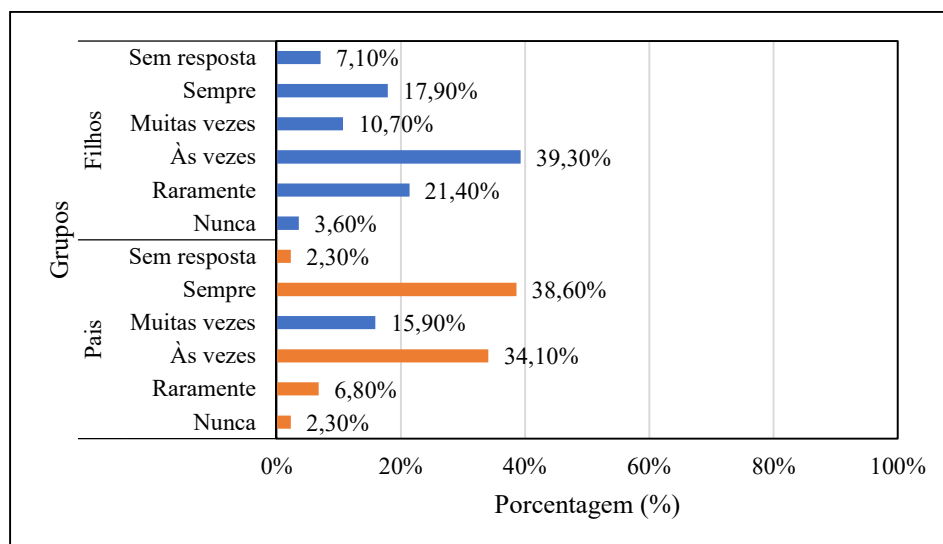
Fonte: dados da pesquisa.

Consultar programas informativos: exemplo telejornais, debates, entrevistas

O gráfico 14 mostra que os conteúdos informativos são procurados às vezes por 39,3% e raramente por 21,4% dos filhos (n=28). No grupo de indivíduos formados por pais (n=44),

esses tipos de conteúdos são procurados sempre por 38,6% dos entrevistados e às vezes por 34,1%.

Gráfico 14 – Atividade realizada por pais e filhos na internet – Consultar programas informativos – exemplo: telejornais, debates, entrevistas

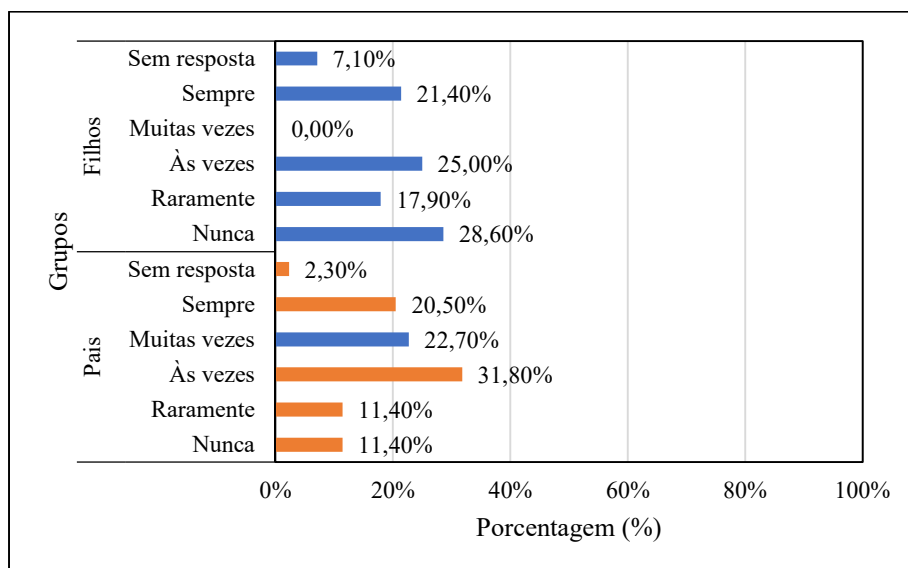


Fonte: dados da pesquisa.

Consultar informação sobre questões militares e de segurança

A consulta de informações sobre questões militares e de segurança nunca é procurada por 28,6% dos filhos (n=28), sendo que 25% diz procurar às vezes e 21,4% sempre. No grupo pais (n=44) tal atividade revelou-se como realizada sempre por 20,5%, muitas vezes por 22,7% e às vezes por 31,8% (gráfico 15).

Gráfico 15 – Atividade realizada por pais e filhos na internet – Consultar informação sobre questões militares e de segurança

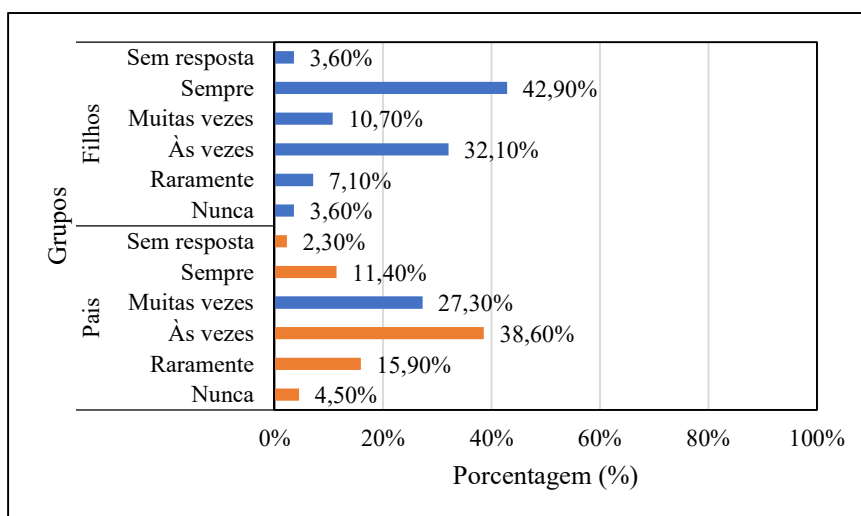


Fonte: dados da pesquisa.

Consultar informação sobre séries televisivas, filmes, telenovelas e concursos

A consulta de informação sobre séries televisivas, filmes, telenovelas e concursos é a atividade mais praticada pelos filhos, 42,9% (n=28) afirmam usar sempre. Entretanto, no grupo pais, o percentual de adesão é mais distribuído e ocorre da seguinte forma: 11,4% sempre; 27,3% muitas vezes e 38,6% às vezes (gráfico 16).

Gráfico 16 – Atividade realizada por pais e filhos na internet – Consultar informação sobre séries televisivas, filmes, telenovelas e concursos

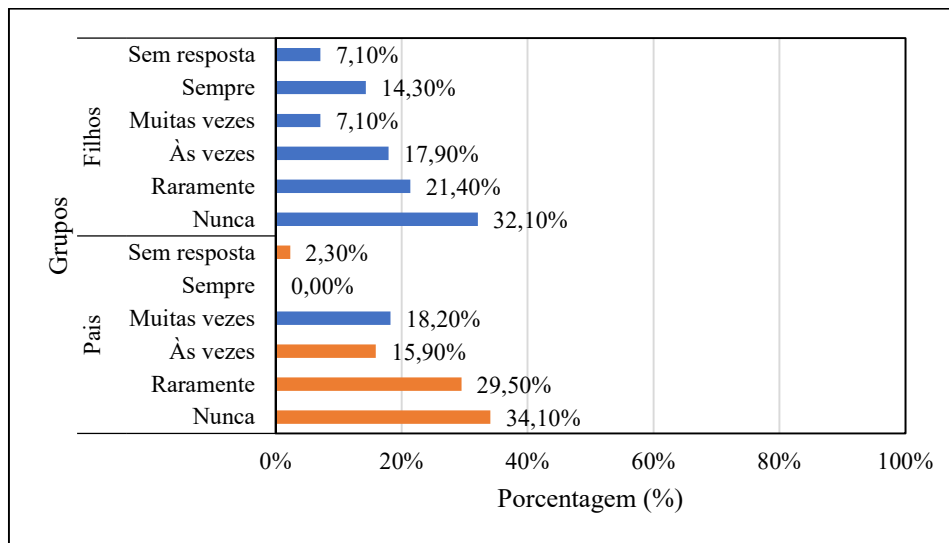


Fonte: dados da pesquisa.

Publicar informação em fóruns, em blogs, comentários em sites

Comentários em blogs e sites não revelaram ser uma atividade de forte procura entre famílias militares, com 34,1% dos pais (n=44) a afirmarem que nunca utilizaram a internet com essa finalidade; realidade que se repete no grupo de filhos, em que 32,1% relatam nunca ter executado este tipo de ação em dispositivos tecnológicos (gráfico 17).

Gráfico 17 – Atividade realizada por pais e filhos na internet – Publicar informação em fóruns, em blogs, comentários em sites

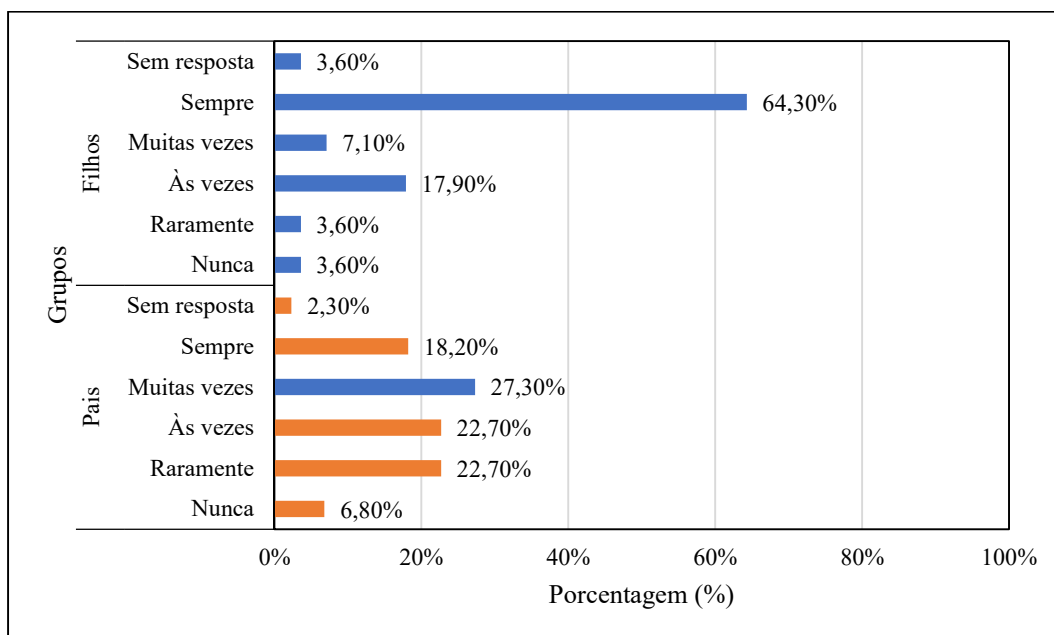


Fonte: dados da pesquisa.

Participar em redes sociais: exemplos Facebook, Instagram, Twitter

O uso de redes sociais caracteriza-se como uma das atividades em que os filhos das famílias militares mais se expõem (64,3%, n=28). Em contrapartida, colhe pouca exposição entre pais, com apenas 18,2% a exporem-se sempre (gráfico 18).

Gráfico 18 – Atividade realizada por pais e filhos na internet – Participar em redes sociais - exemplos: Facebook, Instagram, Twitter

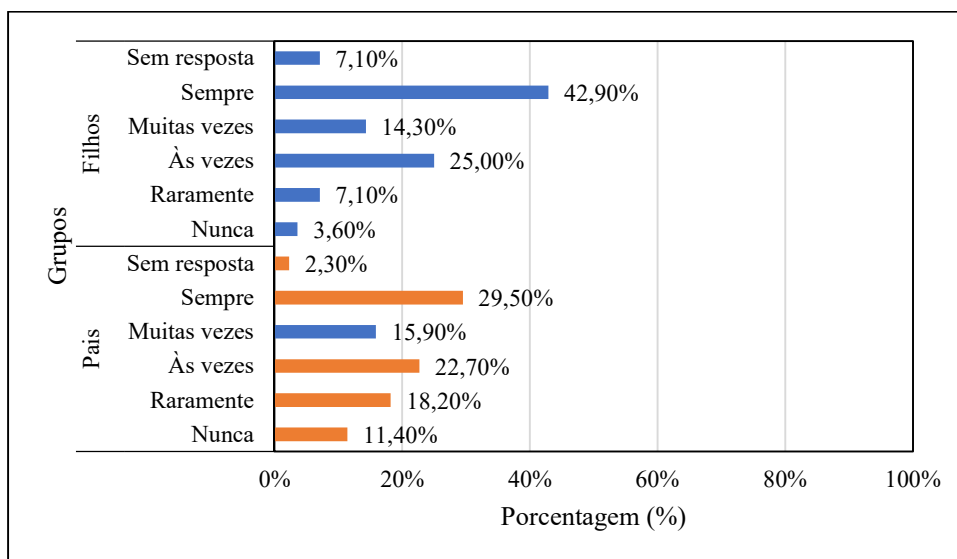


Fonte: dados da pesquisa.

Pesquisar informações, a fim de elaborar trabalhos para a escola ou trabalho

A elaboração de trabalhos escolares é atividade frequente entre filhos, pois 42,9% (n=28) usam a internet com esse intuito. Entretanto, entre os pais o uso é menos frequente, somente 29,5% (n=44) a utilizam sempre para executar tal tarefa (gráfico 19).

Gráfico 19 – Atividade realizada por pais e filhos na internet – Pesquisar informações, a fim de elaborar trabalhos para a escola ou o trabalho

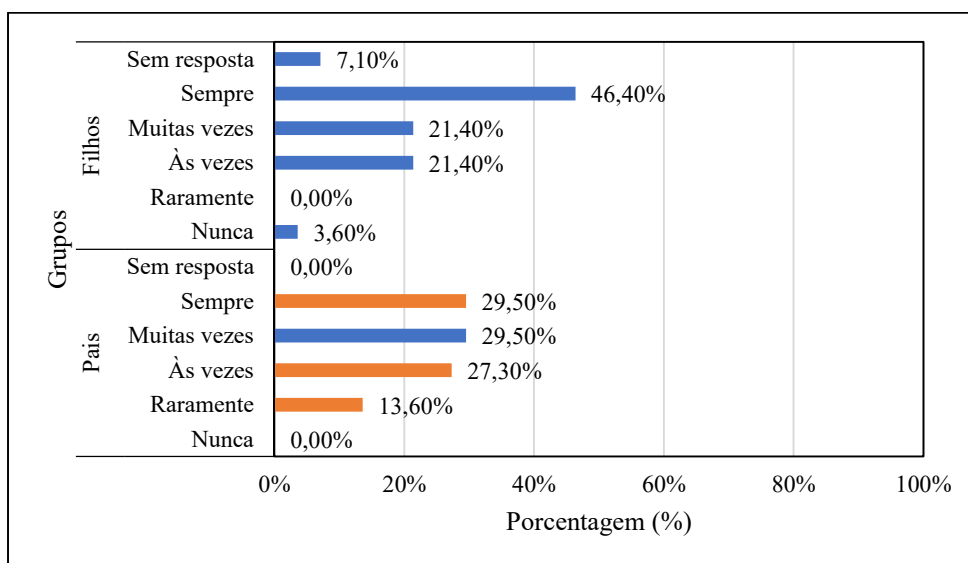


Fonte: dados da pesquisa.

Ver vídeos, por exemplo no Youtube

Visualizar vídeos no youtube é uma atividade muito popular entre filhos, com 46,4% (n=28) a referirem sempre. Em contrapartida, entre pais, somente 29,5% acessam sempre (n=44) (gráfico 20).

Gráfico 20 – Atividade realizada por pais e filhos na internet – Ver vídeos, por exemplo no youtube

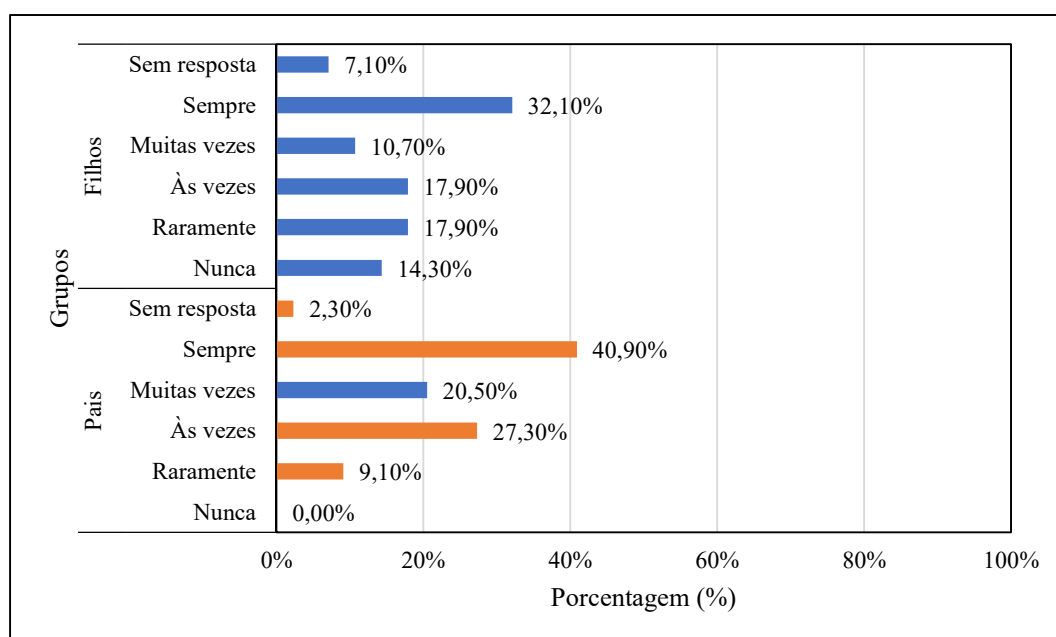


Fonte: dados da pesquisa.

Enviar e receber e-mail

O envio e recebimento de e-mail é uma atividade frequentemente realizada por pais (40,9%, n=44) e filhos (32%, n=28), sendo que os pais evidenciam uma maior expressividade. De mencionar, ainda, o facto de todos os pais fazerem uso do e-mail, em comparação com 14% dos filhos que referem nunca enviarem e-mail (gráfico 21).

Gráfico 21 – Atividade realizada por pais e filhos na internet – Enviar e receber e-mail

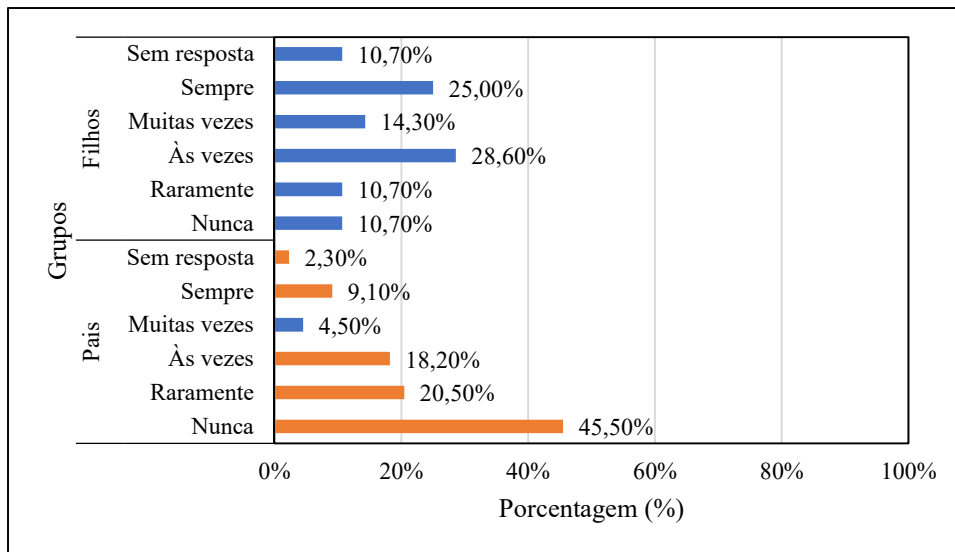


Fonte: dados da pesquisa.

Contactar para conhecer pessoas

Como mostra o gráfico 22, há indicação de que os filhos (n=28) têm tendência de recorrer aos espaços on-line para contactarem pessoas (25% sempre; 28,6% às vezes). A atividade é muito menos frequente entre pais, 45,5% afirmaram que nunca utilizaram a internet com esse intuito.

Gráfico 22 – Atividade realizada por pais e filhos na internet – Contactar para conhecer pessoas

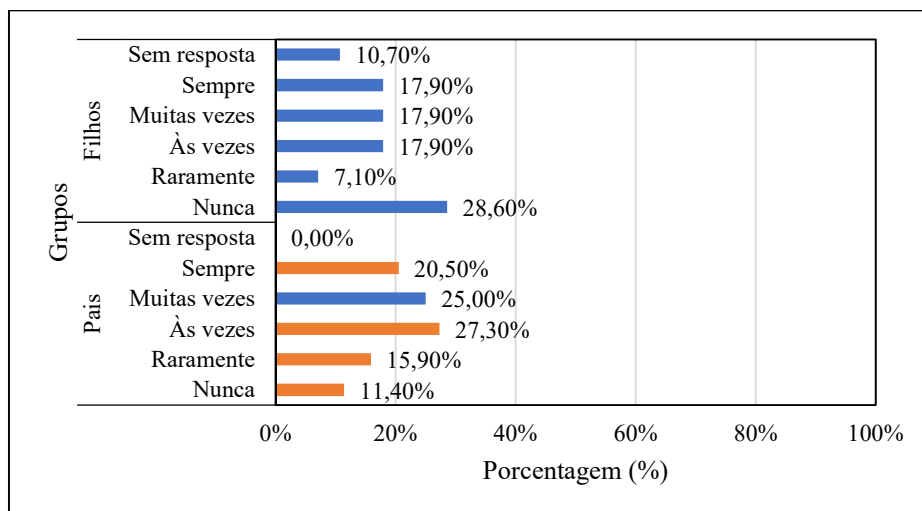


Fonte: dados da pesquisa.

Comprar serviços ou produtos na internet

A compra de produtos e serviços diretamente pela internet é mais popular entre pais (20,5% sempre; 25% muitas vezes; n=44). Os filhos não têm por hábito comprar on-line, 28,6% (n=28) nunca usaram a rede com essa finalidade, como mostra gráfico 23.

Gráfico 23 – Atividade realizada por pais e filhos – Comprar serviços ou produtos na internet

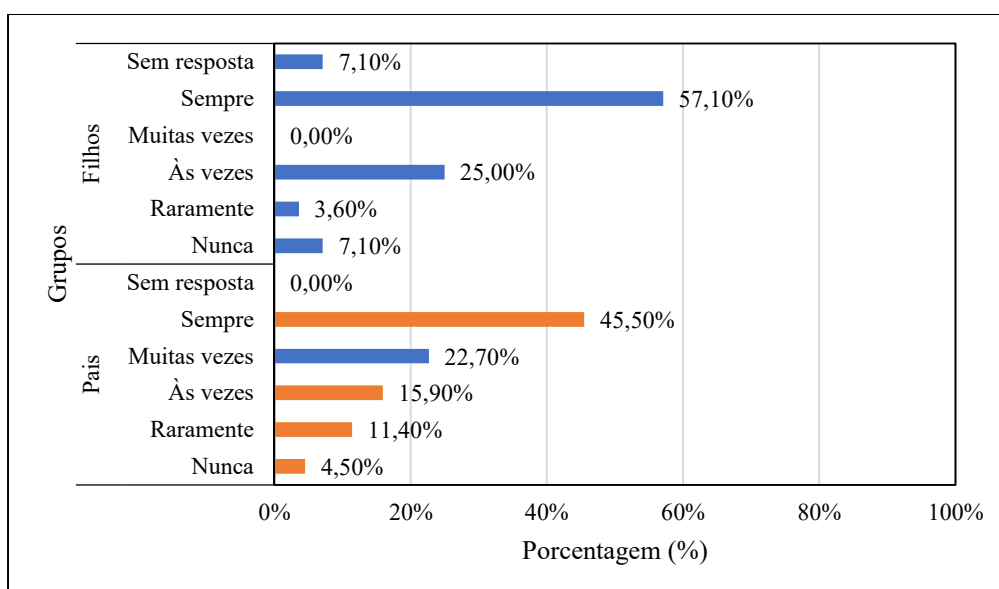


Fonte: dados da pesquisa.

Utilizar programas de mensagens instantâneas (Messenger, Facebook, Gmail, WhatsApp)

Utilizar programas de mensagens instantâneas como Messenger, Facebook, Gmail, WhatsApp e outros é uma atividade muito frequente entre famílias militares. Tanto filhos (57,1%; n=28) como pais (45,5%; n=44) sempre utilizam esses mecanismos para troca de mensagens (gráfico 24).

Gráfico 24 – Atividade realizada por pais e filhos na internet – Utilizar programas de mensagens instantâneas (Messenger, Facebook, Gmail, WhatsApp)



Fonte: dados da pesquisa.

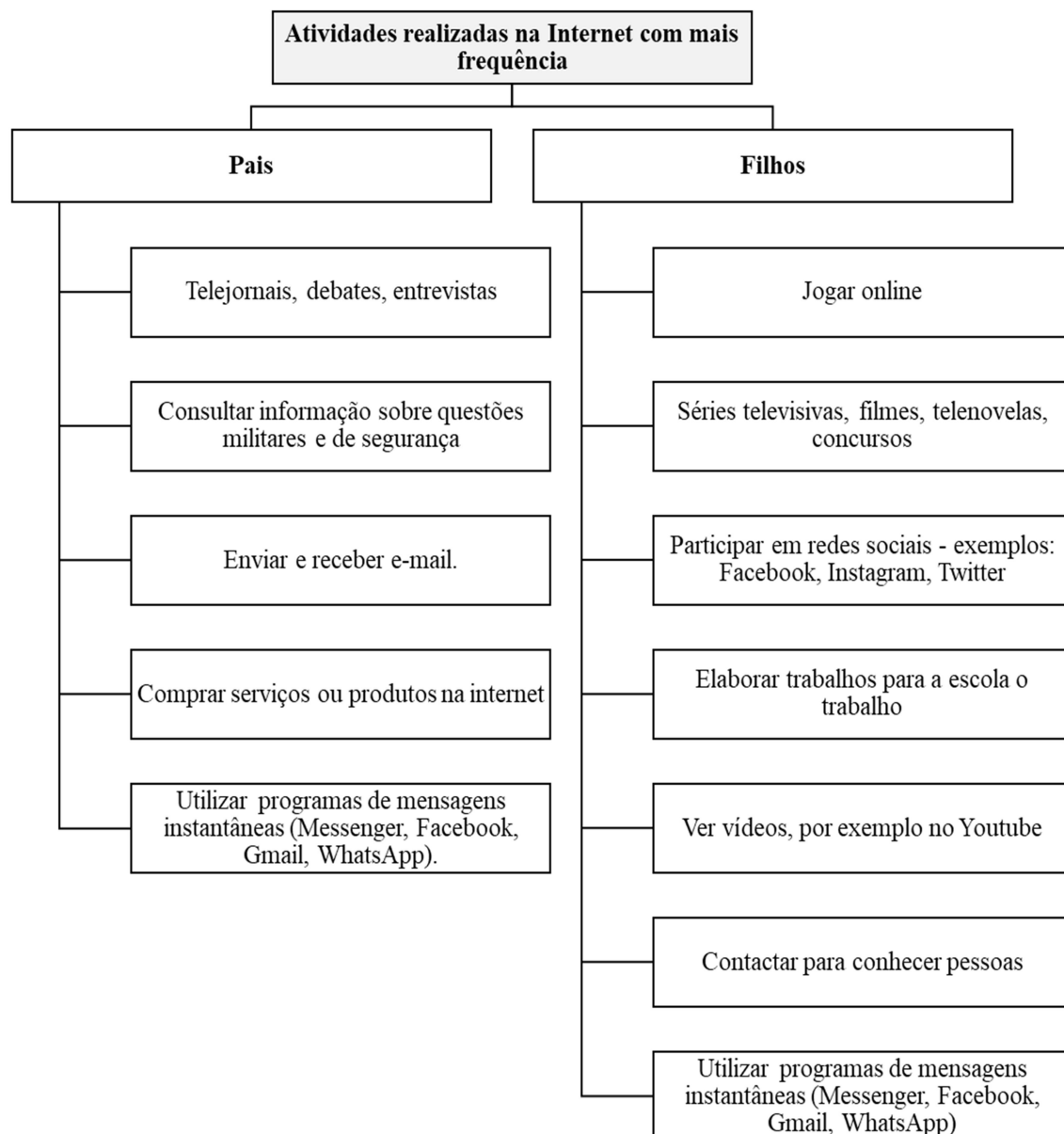
Síntese de Resultados referentes ao Grupo III – Atividades realizadas na Internet

Associando todos os resultados expressos nos gráficos de 15 a 24 sobre as atividades realizadas com mais frequência na internet, estratificado por grupo, pais e filhos, percebe-se que os pais costumam utilizar a internet para acessar telejornais, debates, entrevistas; consultar informação sobre questões militares e de segurança; enviar e receber e-mail;

comprar serviços ou produtos na internet; e, utilizar programas de mensagens instantâneas (Messenger, Facebook, Gmail, WhatsApp) conforme apresentado na figura 9.

Em comparação, os filhos têm o hábito de usar as tecnologias para jogar on-line; assistir séries televisivas, filmes, telenovelas e concursos; participar em redes sociais como Facebook, Instagram e Twitter; elaborar trabalhos para a escola; assistir a vídeos em plataformas como o Youtube, contactar para conhecer pessoas e utilizar programas de mensagens instantâneas como Messenger, Facebook, Gmail e WhatsApp (ver figura 9).

Figura 9 – Atividades realizadas com mais frequência por pais e filhos



Fonte: dados da pesquisa.

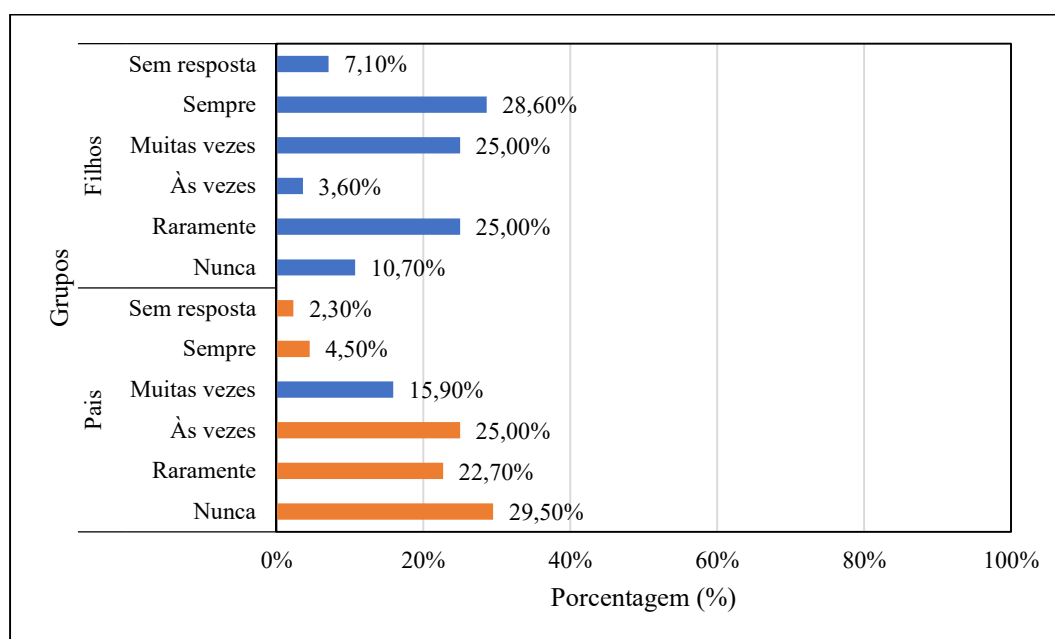
4.4 Razões porque faz as atividades na internet

Neste grupo, a questão 16 procurava obter resultados sobre as razões porque pais e filhos fazem uso da internet. Ao todo, apresentou-se dez razões e agora são expostos os dados referentes a cada uma delas (Pergunta que permitia mais de uma opção de resposta conforme escala likert).

Porque me acalma, faz esquecer os problemas, ajuda a libertar o que sinto, os meus pensamentos, desejos, sentimentos, as minhas emoções

Entre os filhos, 28,6 % (n= 28) afirmaram usar sempre a internet com esse fim, seguindo 25% a referirem muitas vezes ou raramente. No grupo pais, tal objetivo não é o mais frequente, tanto que 29,5% relatam que nunca utilizaram a rede com essa finalidade (gráfico 25).

Gráfico 25 – Razões relatadas por pais e filhos porque faz as atividades na internet - Porque me acalma, faz esquecer os problemas, ajuda a libertar o que sinto, os meus pensamentos, desejos, sentimentos, as minhas emoções

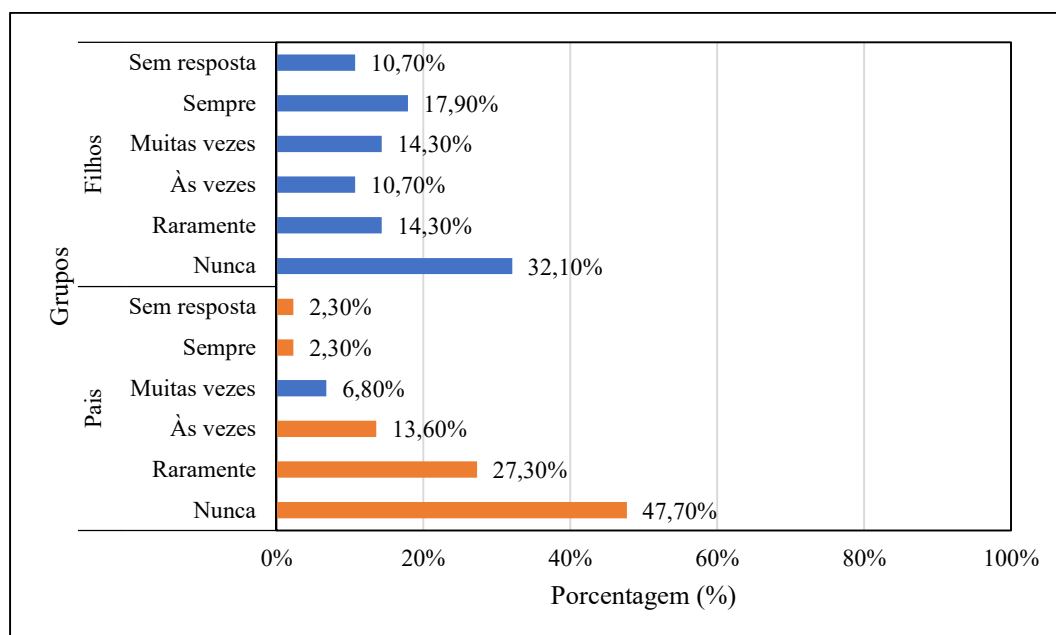


Fonte: dados da pesquisa.

Porque é quase como que um amigo humano e fica comigo quando estou só

Usar a internet com o intuito de substituir um amigo ou o contato humano é referido como uma finalidade que nunca foi objetivada por 32,1% dos filhos (n=28) e 47,7% dos pais (n=44) (gráfico 26).

Gráfico 26 – Razões relatadas por pais e filhos porque faz as atividades na internet - Porque é quase como que um amigo humano e fica comigo quando estou só

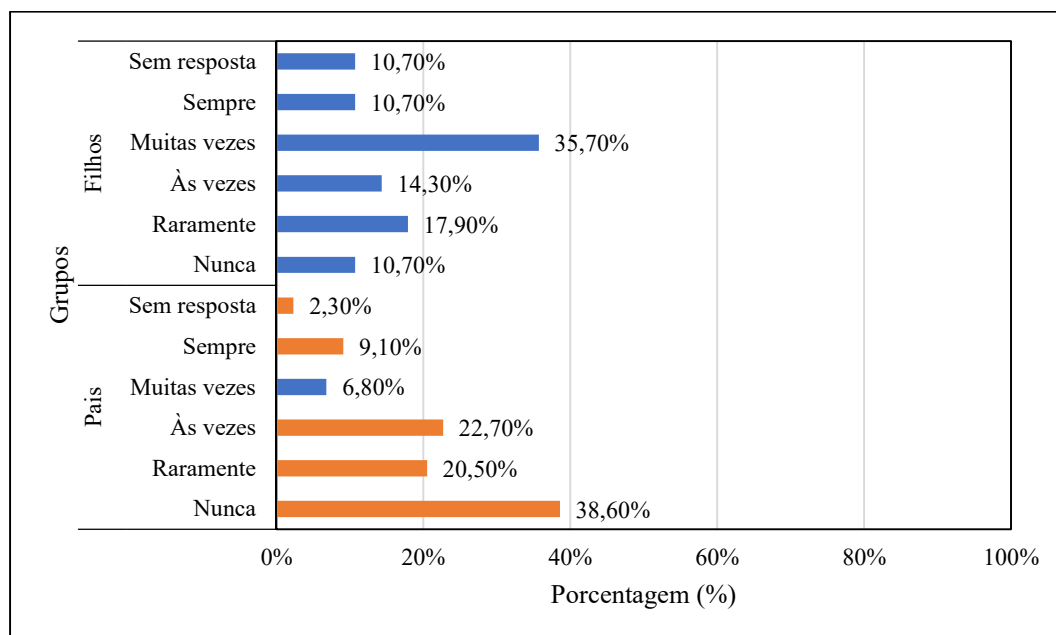


Fonte: dados da pesquisa.

Porque me ajuda a aprender coisas sobre mim mesmo

O autoconhecimento é uma finalidade muito comum entre jovens de famílias militares. No grupo filhos, 35,7% afirmam que muitas vezes usam a internet com o objetivo de conhecer a si mesmo; entretanto, entre pais tal objetivo não é popularmente comum, 38,6% nunca usam com esse intuito (gráfico 27).

Gráfico 27 – Razões relatadas por pais e filhos porque faz as atividades na internet -
Porque me ajuda a aprender coisas sobre mim mesmo

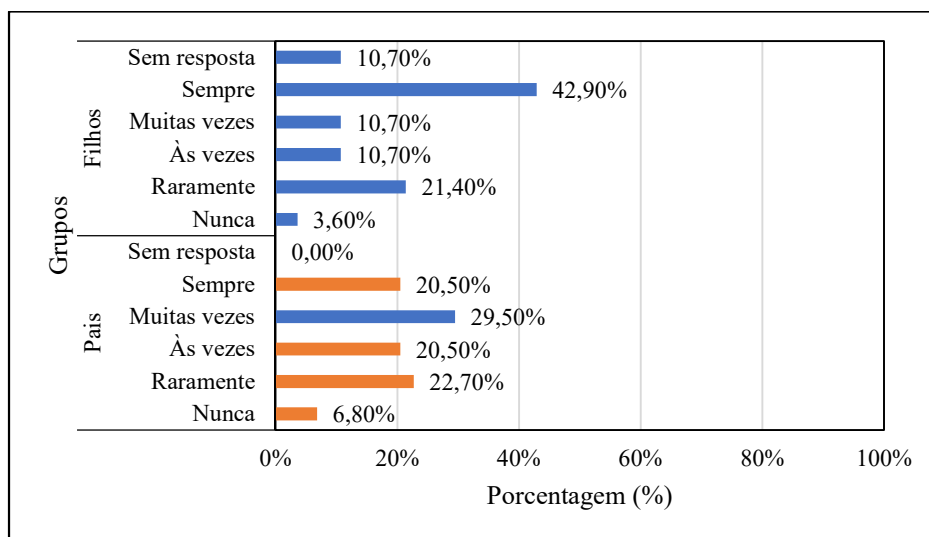


Fonte: dados da pesquisa.

Porque aprendo sobre assuntos que não se aprendem na escola/trabalho

Expandir os conhecimentos é uma finalidade muito comum em ambos os grupos. Dos filhos, 42,9% (n=28) fazem sempre o uso da internet com esse objetivo; entre pais, o referido objetivo está mais distribuído entre as opções sempre (20,5%) e muitas vezes (29,5%; n=44) (gráfico 28).

Gráfico 28 – Razões relatadas por pais e filhos porque faz as atividades na internet – Porque aprendo sobre assuntos que não se aprendem na escola/trabalho

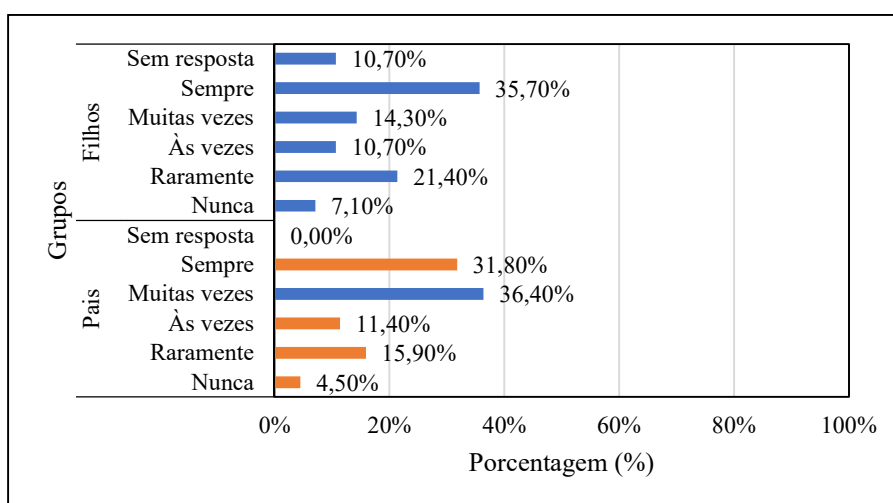


Fonte: dados da pesquisa.

Porque procuro informação sobre o que se passa no meu país, noutros países

Buscar informações sobre seu país e outros países é uma atividade citada como sempre realizada por 35,7% (n=28) dos filhos e no grupo pais é uma finalidade objetivada por 36,4% (n=44) que refere fazer muitas vezes (gráfico 29).

Gráfico 29 – Razões relatadas por pais e filhos porque faz as atividades na internet – Porque procuro informação sobre o que se passa no meu país, noutros países

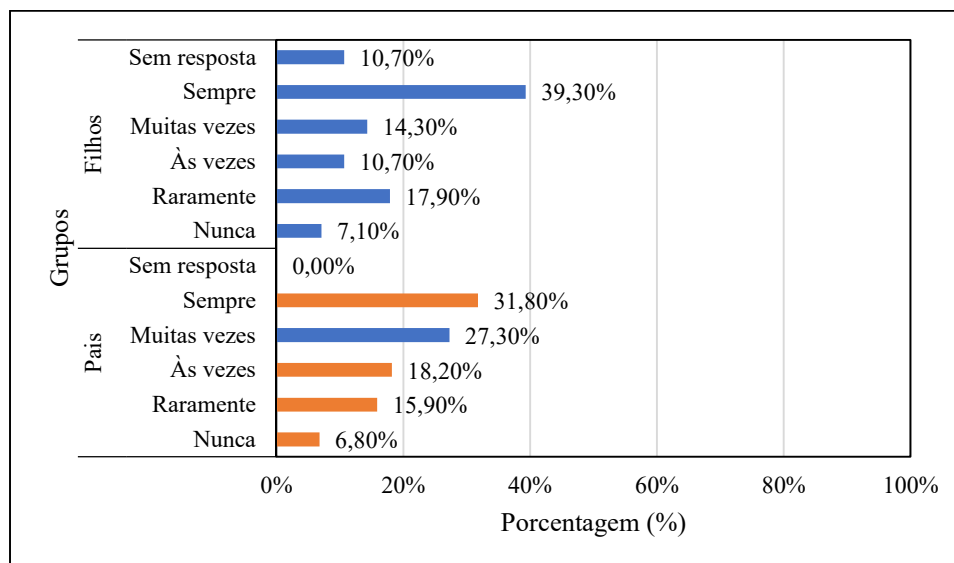


Fonte: dados da pesquisa.

Porque me permite aceder a informações e assuntos mais específicos

A busca por informações e assuntos mais específicos é objetivo sempre, determinado como quase unânime, por 39,3% dos filhos (n=28) e por 31,8% (n=44) dos pais (gráfico 30).

Gráfico 30 – Razões relatadas por pais e filhos porque faz as atividades na internet - Porque me permite aceder a informações e assuntos mais específicos

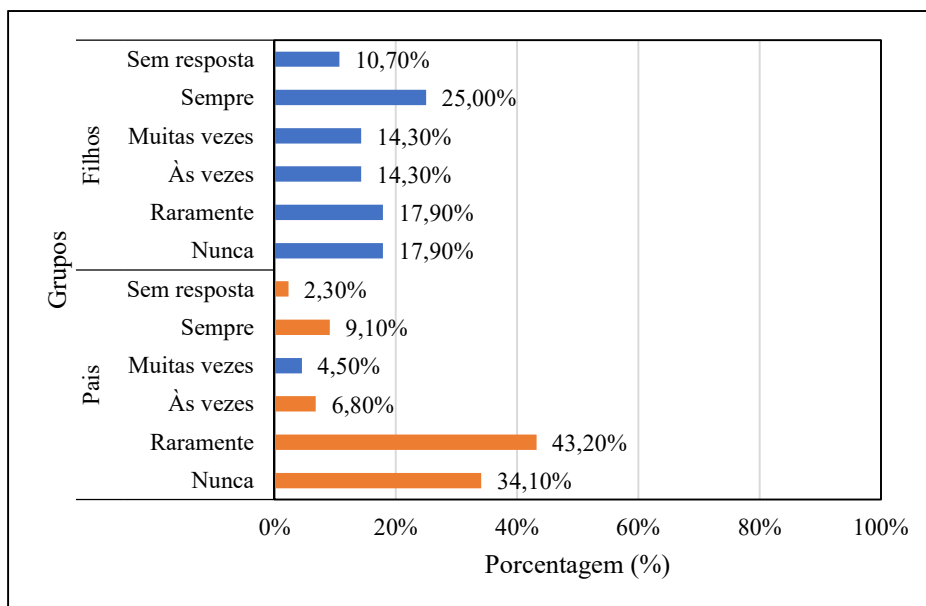


Fonte: dados da pesquisa.

Porque não tenho nada melhor para fazer e dá para passar o tempo

Utilizar a internet como uma ferramenta para ocupar o tempo é frequente entre filhos. 25% relata que sempre a utiliza com esse objetivo e 14,3% (n=28) dos indivíduos deste grupo afirmam que o fazem muitas vezes. No grupo pais, esse objetivo não é o mais retratado, 43,2% o referem como raramente e 34,1% (n=44) como nunca (gráfico 31).

Gráfico 31 – Razões relatadas por pais e filhos porque faz as atividades na internet - Porque não tenho nada melhorar para fazer e dá para passar o tempo.

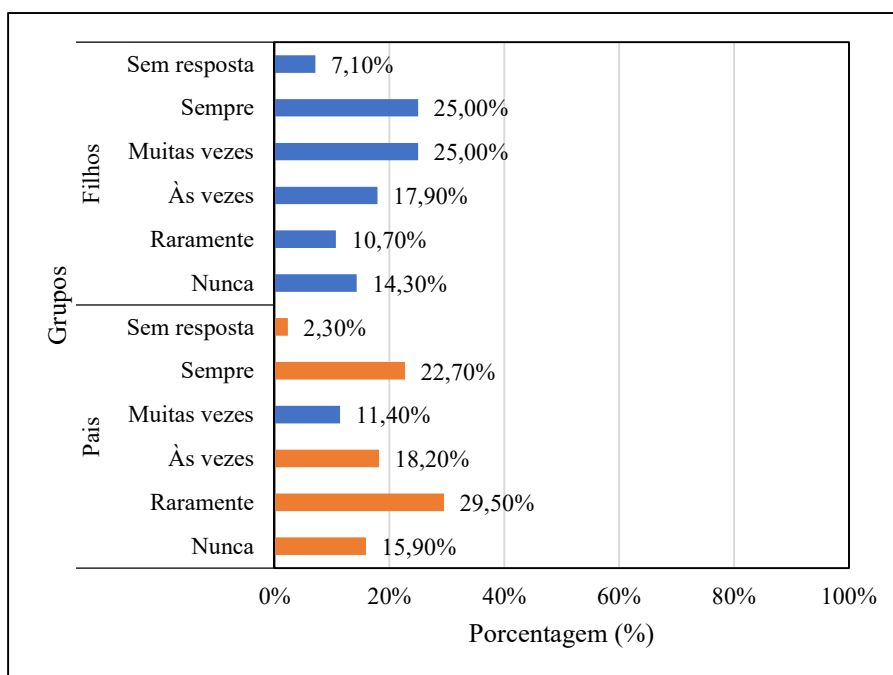


Fonte: dados da pesquisa.

Porque permite a interação, relacionar-me com outras pessoas e a partilha de conteúdos, informações, notícias

A interação social é um objetivo relatado como almejado sempre por 25% dos filhos e muitas vezes por outros 25% (n=28). No grupo de pais, 29,5% (n=44) usam raramente a internet para estabelecer contatos interpessoais e 15,9% nunca (gráfico 32).

Gráfico 32 – Razões relatadas por pais e filhos porque faz as atividades na internet - Porque permite a interação, relacionar-me com outras pessoas e a partilha de conteúdos, informações, notícias

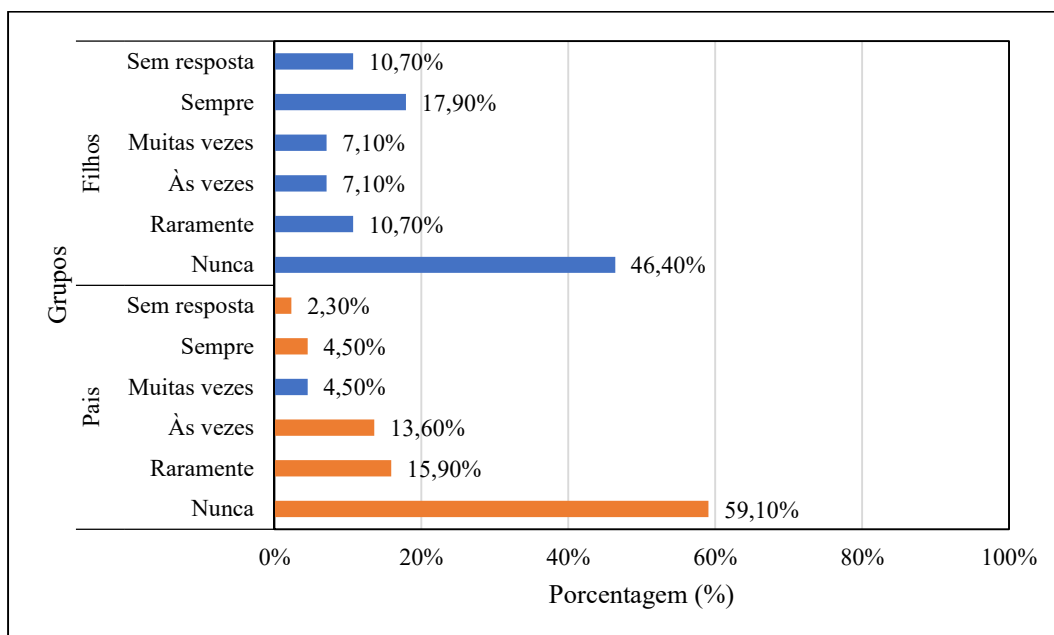


Fonte: dados da pesquisa.

Porque posso ver ou fazer coisas sem que se saiba que sou eu

O anonimato não foi relatado como um objetivo frequente para o uso da internet em lares militares. Entre filhos, 46,40% (n=28) nunca o fizeram com este intuito, percentagem maior entre pais, que alcançou 59,1% (n=44) dos entrevistados (Gráfico 33).

Gráfico 33 – Razões relatadas por pais e filhos porque faz as atividades na internet - Porque posso ver ou fazer coisas sem que se saiba que sou eu

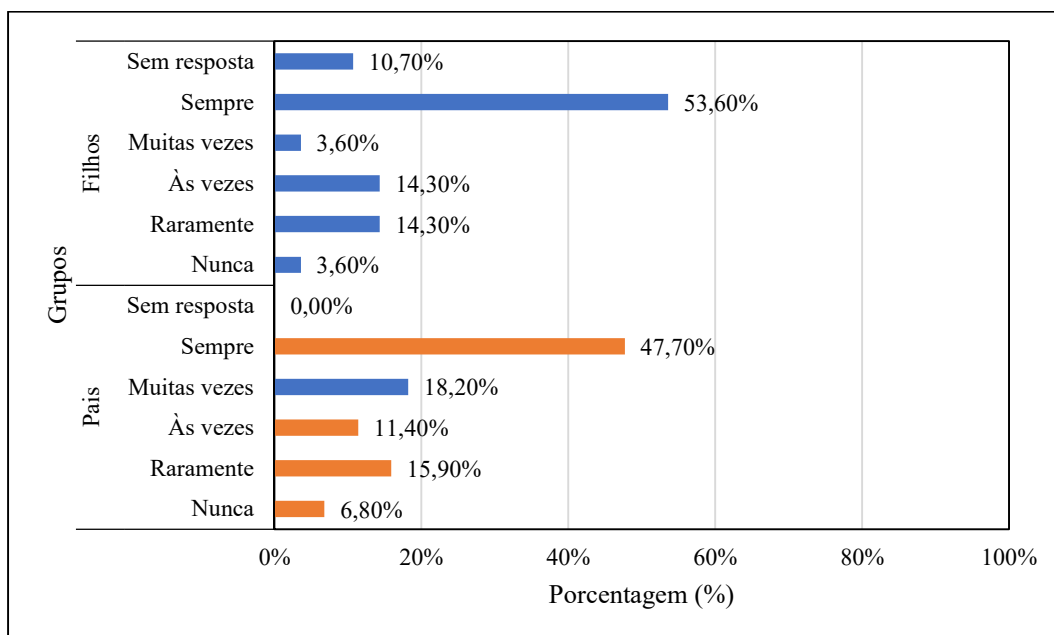


Fonte: dados da pesquisa.

Porque permite recolher informação para ajudar na elaboração de trabalhos escolares ou de trabalho

Coletar informações para elaborar trabalhos escolares e de trabalho é uma atividade frequente entre os grupos pesquisados. Dos filhos, 53,6% (n=28) usam a internet com esse objetivo e 47,7% (n=44) dos pais acessam a rede para buscar esse mesmo tipo de conteúdo (Gráfico 34).

Gráfico 34 – Razões relatadas por pais e filhos porque faz as atividades na internet - Porque permite recolher informação para ajudar na elaboração de trabalhos escolares e do trabalho



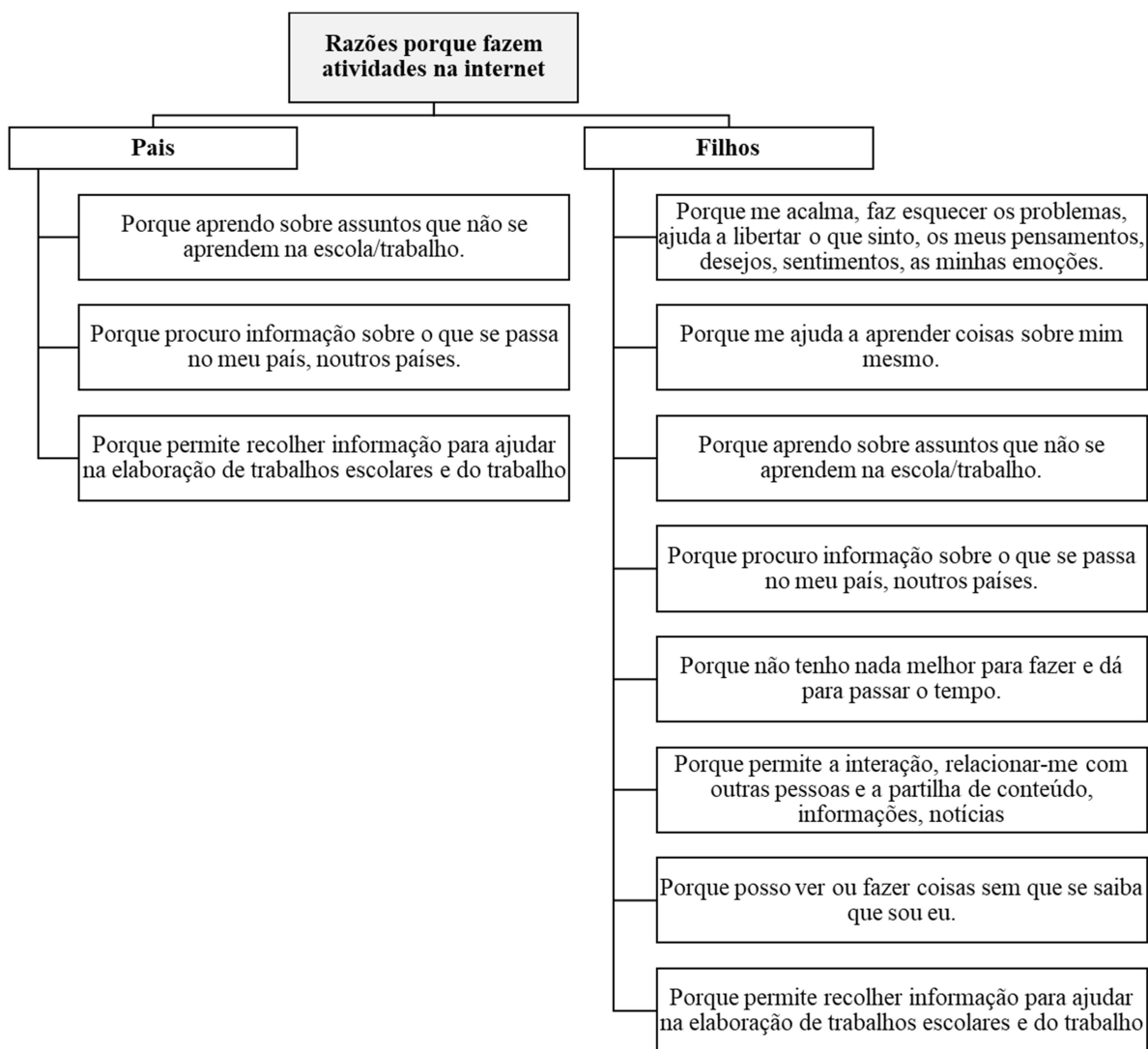
Fonte: dados da pesquisa.

Síntese de Resultados referentes ao Grupo IV – Razões por que faz as atividades na internet

Sintetizando, os resultados dos gráficos de 25 a 34 que demonstram as razões porque os entrevistados fazem atividades na internet permitem dizer que no grupo dos pais as razões pretendidas foram: 1) aprender sobre assuntos que não se aprendem na escola/trabalho; 2) buscar informação sobre o que se passa no país e em outros; 3) recolher informação para ajudar na elaboração de trabalhos escolares e do trabalho, direcionando para o Uso Instrumental (Rubin, 1984) conforme se pode ver na figura 10.

Em oposto, como mostra a figura 10, os filhos expõem-se à internet por mais razões do que os pais, principalmente: 1) para manter-se calmos, esquecer os problemas, liberar sentimentos, pensamentos, desejos e emoções; 2) para aprender sobre si; 3) procurar conteúdos que não podem encontrar na escola/trabalho; 4) informar-se sobre o país e sobre outros locais; 5) preencher os momentos vagos e passar o tempo; 6) interagir para relacionar-se com outras pessoas, compartilhar conteúdo, informações, notícias; 7) realizar atividades sem que o outro saiba sua identidade e; 8) buscar informação para ajudar na elaboração de trabalhos escolares e do trabalho.

Figura 10 – Razões pelas quais pais e filhos fazem atividades na internet



Fonte: dados da pesquisa.

CAPÍTULO V – DISCUSSÃO DOS DADOS

5.1 Padrão de uso da internet na residência

Como foi possível mostrar a partir da revisão de literatura, no mundo contemporâneo, a internet tem sido um dos principais eixos que viabilizam a conexão globalizada, ao reduzir barreiras geográficas e ao permitir o acesso a diferentes culturas. A diversidade de possibilidades que permitiram a interação com conteúdo, pessoas e culturas distintas estimularam o surgimento de uma nova geração: a cultura digital (Kenski, 2015).

Neste cenário, as Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) e a internet enraizaram-se na vida cotidiana num nível global (Carvalho, 2006).

As respostas dos participantes na pesquisa à questão 8 – Utiliza a Internet em sua residência –, mostram esse enraizar no mundo na internet, pois todos os entrevistados, independente de serem pais ou filhos, tinham acesso às tecnologias. Esse resultado pode ser interpretado como um reflexo da democratização da internet no país, em que uma em cada três pessoas possui acesso à rede mundial de computadores (International Telecommunication Union, 2012). Os dados estatísticos revelados pelo IBGE, apresentam um aumento dos utilizadores da internet, sendo que 69,3% dos domicílios brasileiros tinham acesso à internet em 2016, e em 2017, a internet estava presente em 74,9% das residências no país (IBGE, 2018). Os dados refletem ainda a desigualdade frente às tecnologias, evidenciando que cerca de 25% das famílias não tiveram oportunidade de acesso aos recursos tecnológicos no ambiente em que habitam.

Outra vertente são as considerações postuladas por Livingstone (2002), que classificou “lares ricos em mídia” como local de inserção de meios de comunicação, recentes e clássicos; “lares tradicionais” como residências em que mídias tradicionais são comuns, enquanto novos mídias são restritos; e, em uma última categoria, “lares pobres em mídia” em que há escassez de dispositivos tecnológicos. Nesta direção, a autora expressa que existe uma relação direta entre renda familiar e meios disponibilizados em ambientes ricos em mídia; mas a relação é menos direta entre grau de escolaridade dos pais e disponibilização de tecnologias aos filhos. Usando as considerações acima expostas para analisar os resultados desta pesquisa com familiares de lares militares, percebemos que os pais são pessoas que, em sua maioria, tem o ensino médio ou superior (resultado demonstrado no gráfico 4) e isso pode ser um fator determinante para o acesso livre de tecnologias pelos filhos. Seguindo a vertente de estudo, o

gráfico 7 aponta os dispositivos utilizados com frequência nos lares militares. O celular e o smartphone são os dispositivos mais utilizados, tanto por pais quanto por filhos, informação que está em conformidade com dados do IBGE (2018), que apontam que 98,7% das pessoas que possuem acesso à internet, o faz por meio de dispositivos de telefonia móvel.

Retomando as considerações de Livingstone (Livingstone & Helsper, 2007), o rendimento *per capita* está diretamente relacionado à quantidade de dispositivos presente nos lares. Essa relação entre condições econômicas e acesso a tecnologias pode ajudar a explicar os motivos pelos quais as famílias militares, enquadradas na classe intermediária, possuem acesso à internet, mas não estão conectados por notebooks e computadores com frequência.

No Brasil, os serviços de banda larga são altamente tributados e de custo elevado (Barbosa & Jereissati, 2016) e; portanto, estão disponíveis para indivíduos da classe média e alta. Em lares pobres de direitos básicos, estruturas como internet e tecnologias ainda não alcançaram esses indivíduos.

Em consenso com isso, famílias militares possuem acesso à internet a partir de dispositivos móveis (dados demonstrados no gráfico 8 em resposta à questão 10), que se caracterizam como eletroeletrônicos mais baratos e de fácil aquisição, tanto para o grupo de pais, quanto para o grupo de filhos.

Além de interpretar padrões sobre dispositivos, outra preocupação foi os locais de acesso. Pais, comumente, conectam em locais públicos da casa, em ambientes de convivência familiar, mas os filhos o fazem a partir de espaços privados, principalmente nos seus quartos (resposta a questão 12 cujo dados estão expressos no gráfico 10). O acesso restrito pode ter sido desencadeado pela busca de uma gratificação em específico: o anonimato, pois o resultado de uma pesquisa realizada com jovens que acessavam ao Instagram, uma rede social, avaliou a importância dada pelo anonimato por usuários. Os autores verificaram que, sob uma perspectiva de manter-se anônimo, os usuários buscavam autoaceitação, manter-se informado, estabelecer vínculos afetivos e divertir-se (Kasakowskij et al., 2018). Essa consideração direciona o acesso longe dos pais, para uma forma de superar dificuldades familiares e sociais, timidez, entre outros fatores presentes em qualquer relação, (Zacan & Tono, 2018).

Por conseguinte, ao avaliar o tempo dedicado ao uso da internet, 45% dos pais e 42,9% dos filhos expõem-se à internet por um período entre 1 e 2 horas. Esse tempo dedicado diariamente varia, mas de modo geral, tempos superiores a duas horas são comumente relatados por filhos (resposta a questão 11 cujo dados estão expressos no gráfico 10).

A maior adesão de tecnologias por jovens não é surpresa, nacionalmente, indivíduos de 20 a 24 anos já são o grupo mais conectado e o acesso decai com o avanço da idade (IBGE, 2018). Entretanto, isso chama atenção para os limites de uso, tanto que cada vez mais estudos têm sido desenvolvidos para compreender características e modos de utilização da internet (Fink et al., 2019), principalmente em crianças e adolescentes devido à familiaridade com as novas tecnologias (Almeida & Eugênio, 2006; Nicolaci-da-Costa, 1998, 2002, 2006; SaferNet Brasil, 2008).

Essa preocupação é justificada pelo fato de que pessoas que utilizam frequentemente a internet podem perder o controle do uso e apresentar dificuldades de se manter desconectadas do universo virtual (Zacan & Tono, 2018). O descontrole no uso da internet pode levar a uma situação de dependência de internet (DI), termo que designa dificuldade de desconectar-se, o que desencadeia prejuízos funcionais e desconforto emocional (Abreu, Karam, Góes, & Spritzer, 2008).

Nos lares militares, ficou evidente que 53,6% dos filhos se declararam dependentes do uso da internet; enquanto 50% dos pais relatam dificuldade de controlar o acesso (resposta a questão 13 cujo dados estão expressos no gráfico 11). Essa sensação de dependência pode gerar descontroles emocionais, 63% dos pais afirmaram que se sentem tranquilos quando não têm acesso à internet; mas, em contrapartida 39% dos filhos sentem-se estressados quando estão desconectados (resposta a questão 14 cujo dados estão expressos no gráfico 12).

Nesta perspectiva, a dependência tem sido enfrentada como um problema de saúde pública, principalmente em populações jovens. No Brasil, um estudo com adolescentes do ensino médio, apontou que 10,6% deixavam de realizar atividades diárias de vida, socializar e apresentavam quadros de ansiedade na impossibilidade de uso (Dalamaria et al., 2020).

Seguindo a mesma vertente de estudo, Remondi e colaboradores (2020) entrevistaram 539 adolescentes e adultos jovens, e descreveram que 70,1% apresentaram impulsividade, sofrimento psicológico e incapacidade de identificar e descrever verbalmente emoções e sentimentos, na impossibilidade de uso da internet e smartphone.

Diante dos resultados negativos sobre o uso da internet relacionado à dependência e relação com distúrbios psicológicos como ansiedade, inibição comportamental, agressão e depressão, atualmente a DI tem sido tratada como é realizado na dependência química, incluindo tratamentos médico e comportamental (Remondi et al., 2020). Entretanto, é importante ressaltar que a dependência não afeta somente jovens, adultos e idosos, mesmo que em menor frequência, também podem ser escravizados pelas tecnologias (Setzer, 2014).

5.2 Atividades realizadas na internet

As discussões norteadas em relação à dependência da internet são suficientes para refletir sobre a necessidade de investigar outros aspectos referentes à relação audiência e mídias, que podem ser visualizadas a partir das perspectivas de socialização, interesses de mercado, estimulação da cidadania e outros fins (Portela, 2019).

Com o advento das novas tecnologias, as correntes teóricas que analisavam a relação entre mídias e audiência foram repensadas diante do dinamismo propiciado pela internet. Reforçando os conceitos citados no capítulo II, item 1.3 Audiência, uso e mídia, Webster (1998) sugeriu que as audiências podiam ser visualizadas sob três aspectos: 1) audiência como resultado; 2) audiência como massa e; 3) audiência como agente/representante.

Neste ponto, decaindo em audiência como agente/representante, que cita o papel ativo da audiência, Rubin (1984) e Mesch (2006a 2006b) classificam o uso em ritualizado/social e instrumentalizado/aprendizagem¹², categorizações que se aplicam adequadamente aos novos mídias.

Discutindo os resultados do grupo III sob o olhar do uso ritualizado/social e uso instrumentalizado/aprendizagem (Rubin, 1984; Mesch, 2006a; 2006b), utilizando a matriz de análise presente no capítulo metodologia, item 3.6 e estética do questionário e matriz de análise, é perceptível que os pais realizam o uso da internet voltado para finalidades instrumentais, enquanto os filhos normalmente realizam atividades categorizadas como ritualizadas.

Os pais, além de realizarem menos atividades na internet em comparação com os filhos, ainda o fazem destinado ao uso instrumental/aprendizagem. Na coleta de dados, assistir telejornais, debates, entrevistas, consultar informação sobre questões militares e de segurança, enviar e receber e-mail e comprar serviços ou produtos na internet são finalidades voltadas para o uso instrumental.

O uso proposital, seletivo, preciso e coerente (Rubin, 1983, 1984; Kim e Rubin, 1997; Mesch, 2006a; 2006b) com o objetivo de adquirir conhecimento e ampliar novos horizontes é bem-visto entre os pais.

As atividades realizadas possuem o propósito de satisfazer o lado intelectual do indivíduo, que foi citado anteriormente por Ferguson e Perse (2000) que, ao analisarem se a

¹² Sobre a temática consultar capítulo 1.3 do enquadramento teórico

WWW era uma alternativa a televisão entre universitários, demonstraram que a internet era principalmente uma ferramenta para a busca de informação.

Logo, os pais de famílias militares também se adequam a esta nova realidade, tanto que 38,6% dos pais sempre buscam informações na internet (dados demonstrados no gráfico 14). Essa tendência também refletiu-se na vida profissional, 20,5% procuravam informação sobre questões militares e de segurança (gráfico 15).

Quanto à comunicação, até mesmo esta vertente foi direcionada para o uso instrumental no grupo composto por pais, em que 40,9% comunicavam-se por meio do envio e recebimento de e-mail. O uso rotineiro de plataformas para envio e recebimento de e-mails é mais comum na vida adulta, como ferramenta de trabalho formal, estando direcionado para os usos profissional e especializado (Roy, 2009).

Outra atividade realizada com maior constância pelos pais, quando comparado com os filhos, é a aquisição de produtos e serviços da internet. Possivelmente, os pais realizam mais compras dado ao poder aquisitivo que possuem e mostram o quanto comprar on-line se tem popularizado.

Pesquisas realizadas sobre padrões de uso da internet mostram que a diversidade de empresas, de distintos segmentos e que comercializam em sites e redes sociais, têm impulsionado a aquisição de bens de consumo por meio de dispositivos tecnológicos, principalmente devido os preços mais baixos do que os praticados por mercados locais (Ferguson & Perse, 2000; Nodari et al., 2016).

Finalizando as discussões sobre o uso instrumental do mundo virtual pelos pais, a única finalidade voltada para objetivos ritualizados foi a utilização de programas de mensagens instantâneas como Messenger, Facebook, Gmail, WhatsApp. As ferramentas para troca de mensagens mostraram-se muito popular neste grupo, tanto que 45,5% utilizam esses meios para comunicar-se (gráfico 24).

O uso de plataformas digitais para comunicação é um dos objetivos pretendidos por diferentes públicos ao fazer uso da internet (Roy, 2009) e é dos motivos pelo qual, as TICs tornaram-se uma necessidade na vida cotidiana (Carvalho, 2006).

Na sequência, analisando os resultados obtidos sobre as atividades praticadas com maior frequência pelos filhos, é nítido um uso mais ritualizado.

Os jogos on-line, as séries televisivas, filmes, telenovelas, concursos, o acesso às redes sociais como Facebook, Instagram, Twitter, o uso direcionado para contactar e conhecer pessoas, a utilização de programas de mensagens instantâneas, a exemplo de Messenger,

Facebook, Gmail, WhatsApp, foram relatadas por uma grande proporção de indivíduos pertencentes ao grupo de filhos e recaem em uso ritualizado/social, como o definem Rubin (1984) e Mesch (2006a; 2006b), estando orientadas para a comunicação, socialização; além do interesse de passar o tempo e distrair-se, sem um objetivo específico, navegando com o intuito de fugir da rotina e desentediado.

Refletindo as necessidades procuradas ao realizar uso ritualizado, jogar on-line é uma das atividades mais realizadas pelos filhos, enquanto 66,9% dos pais nunca utilizaram a tecnologia para esta finalidade. Esse resultado é reflexo da diferença de gerações e acaba por corroborar os resultados de uma outra pesquisa realizada no Brasil com jovens de 15 a 19 anos que mostrou que 53,6% do público utiliza as TICs para jogar on-line (Nodari et al., 2016).

A adesão maior entre filhos faz parte do desenvolvimento da atual geração que, ainda nos primeiros anos de vida, já possui aparelhos eletrônicos e acede a jogos para distração (Paiva & Costa, 2015). Com o avançar da idade a ferramenta é utilizada para propiciar a vivência de realidades alternativas (Setzer, 2014).

Outra possibilidade ao navegarmos na internet é a de assistir televisão, filmes, telenovelas ou concursos. Essas práticas também foram comuns entre os filhos, em que 42,9% relataram o uso nesse contexto (gráfico 16).

Nodari et al. (2016), também, foram outros pesquisadores que citaram o uso da internet por jovens direcionado para assistir filmes. Visualizar esses tipos de programas na internet é mais comum entre jovens, por outro lado, os mídias tradicionais continuam ocupando espaço entre as gerações anteriores.

Outra atividade que também saiu do tradicional e alcançou métodos modernos entre os mais jovens é a socialização. Redes sociais como Facebook, Instagram e Twitter são utilizadas com maior intensidade entre jovens, tanto que 64,3% dos filhos se expõem a esse conteúdo sempre que usam o ciberespaço (gráfico 18). Estes corroboram os resultados obtidos noutras pesquisas que citam o uso social e mostram que na era digital esse é um dos benefícios mais procurados. Os ambientes virtuais propiciaram uma nova modalidade de convívio baseado em redes sociais; mas, como consequência, substituiu a interação pessoal, principalmente em relação à vivência nos lares (Armstrong & Hagel, 1996; Eighmey, 1997; Eighmey & McCord, 1998; Roy, 2009; Thurlow & McKay, 2003).

Ao analisar o gráfico 22 percebemos, como consequência da substituição do contato físico pelo digital, que 25% dos filhos tendem a recorrer ao uso da internet para contactarem

pessoas e estabelecer relações interpessoais indo ao encontro dos resultados da pesquisa Dossiê Universo Jovem-3 (MTV, 2005) que identificou o perfil de jovens usuários das tecnologias e revelou que 39% dos entrevistados se comunicavam com os amigos pela internet, principalmente devido à liberdade de comunicação e facilidade de expressar sentimentos virtualmente.

Zacan e Tono (2018) discorrem que o uso descomedido das redes sociais impulsionou a transferência da interação do mundo real para o mundo virtual. O novo cenário, apresentado aos mais jovens, deixa claro que a fronteira entre os dois universos é difusa, principalmente pela anonimato proporcionado, estimulando este tipo de uso (Kasakowskij et al., 2018).

Outra mudança de vida impulsionada pelas possibilidades apresentadas pela internet é a comunicação por meio de dispositivos móveis. Seguindo a tendência de modernização e adesão ao aparato tecnológico, 57,1% dos filhos utilizam com muita frequência os programas de mensagens instantâneas como Messenger, Facebook, Gmail, WhatsApp para estabelecer conexão com o seu círculo social (gráfico 24).

Tal como discutido no grupo dos pais, o uso destas plataformas está inserido nos itens interação social e comunicação (Roy, 2009) e são reflexos da implantação das tecnologias na sociedade (Carvalho, 2006).

Concluindo as análises, apenas duas atividades foram citadas pelos filhos e estão orientadas para o uso instrumental: a visualização de vídeos pelo youtube e desenvolvimento de atividades de escola.

A visualização de vídeos no youtube foi uma atividade muito popular entre filhos, 46,4% o fazem sempre (gráfico 20) com o intuito de acessar conteúdos de entretenimento. Mas, também, como uma importante ferramenta para adquirir conhecimento, por meio de canais que veiculam conteúdos especializados e direcionados para diversas áreas de ensino, pesquisa e profissionalização.

Seguindo a vertente de busca de conhecimento, uma grande proporção dos filhos (42,9%) utiliza os dispositivos tecnológicos para elaborar trabalhos para a escola (gráfico 19). O uso direcionado para este fim foi estimulado pelo fato de os indivíduos estarem em idade escolar.

A utilização da internet e das TICs para fins de ensino e aprendizagem também foi citada por outras pesquisas, que mostram que essas atividades estão atreladas ao ciberespaço e a conexão com a internet é interpretada como uma ferramenta essencial (Nodari et al., 2016; Setzer, 2014).

5.3 Razões porque faz as atividades na internet

Após o conhecimento das atividades realizadas no espaço virtual, a discussão dos dados centra-se nas razões pelas quais os pesquisados usam a internet. Griffin et al. (2012) explanam que o entendimento do tempo e o cuidado direcionados ao virtual é só o início para entender as escolhas.

Na mesma linha de raciocínio, Kaye e Johnson (2004) afirmam que os usuários da internet representam um papel mais ativo e estão mais envolvidos no uso por causa da interatividade oferecida. Portanto, diante do papel atuante da audiência, as características de interatividade e função ativa do seu público que foram mencionadas com afincado durante o enquadramento teórico proposto por este trabalho tornam os U&G, a base teórica mais eficaz para estudar a relação entre mídias inovadoras e audiência (Hanjun, 2000).

Neste contexto, pesquisas sobre U&G na internet buscam identificar aspectos comportamentais e psicológicos apresentados pelos usuários¹³. Foi orientado nestas conclusões que a matriz de análise (presente no item 3.6 - Estética do questionário e matriz de análise) construída para interpretar os resultados do Grupo IV – Razões porque faz atividades na internet foi desenvolvida.

Os resultados apontam que a busca por sentir-se relaxado e passar o tempo, são gratificações procuradas pelos filhos corroborando estudos que apontavam que jovens estavam na internet para buscar “passar tempo”, e obter “relaxamento-escape” (Ferguson & Perse, 2000) e que o “relaxamento-escape” obtido é propiciado pelos conteúdos de entretenimento, que estão amplamente disponíveis da internet (Roy, 2009, p. 882) pois, “É comum que, na exploração da web, o usuário se mantenha entretido e perca a noção do tempo e espaço, fugindo da realidade que ele habita” (Jere & Davis, 2011). Isso é, também, facilmente identificado, ao analisar o uso de redes sociais. Exemplo, é uma pesquisa direcionada para o Instagram, que frisou o uso guiado para o “entretenimento”, que pode ser entendido como a procura por diversão, relaxamento e escape da realidade (Kasakowskij et al., 2018). Seguindo a mesma linha de pesquisa, Roy (2009, p. 882) também percebeu que indianos faziam uso da internet para sentirem-se relaxados, mas também contribuiu ao notar a busca pelo autodesenvolvimento. O autor descreve que os entrevistados relatavam que ao fazer uso de conteúdo na internet, sentiam que estavam obtendo conhecimento, controle da

¹³ Sobre a temática, consultar o capítulo I do enquadramento teórico referente à teoria dos Usos e Gratificações.

situação e liberdade para expressar seus sentimentos e opiniões, obtendo ao final como resultado a estimulação da criatividade e, por fim, propiciando a autoaprendizagem, uma gratificação almejada por 35,7% dos filhos e demonstra a necessidade dos jovens de buscar autoconhecimento. Esse desejo também foi expresso no trabalho desenvolvido por Jere e Davis (2011), que perceberam que mulheres utilizavam o mundo virtual para potencializar sua criatividade, desenvolver-se e crescer na esfera pessoal, principalmente no que tange à saúde e à resolução de problemas psicossociais. Logo, a internet pode representar um meio para desenvolvimento pessoal para diferentes grupos.

Outra finalidade da internet que foi citada por filhos (42,9%) e pais (20,5%) é a busca de informações escolares e profissionais (gráfico 28). Além disso, o uso destinado para a ampliação de conhecimentos, entendido como aprendizagem, foi citado por 53,6% dos filhos e 47,7% dos pais (gráfico 34).

Essas gratificações já tinham sido abordadas em estudos anteriores, norteados para o uso de outras mídias de massa. Greenberg e Dominick (1969) foram pioneiros ao avaliarem o consumo das mídias entre adolescentes, sobretudo em classes sociais inferiores, para aprendizagem. Os seus estudos sugeriram que as mídias poderiam ser uma estratégia para ultrapassar os limites sociais e étnicos que restringiam o acesso à educação e profissionalização por classes menos favorecidas economicamente, minimizando as desigualdades de oportunidades.

Atualmente, a internet como um novo média, oferece a expansão de horizontes e seus usuários podem ter acesso a conteúdos diversos. A amplitude de informações oferecidas por esse novo mundo sugere que os utilizadores o explorem para obter informações necessárias para o desenvolvimento de atividades escolares e profissionais, mas também para obter conhecimentos extras, que não podem ser aprendidos na sala de aula ou no local de trabalho (Roy, 2009). Logo, mesmo que o uso exacerbado da internet represente um desafio social e de saúde pública, o uso coerente e consciente pode contribuir para o desenvolvimento de capacidades cognitivas como concentração, memória, visão espacial e raciocínio lógico (Zancan & Tono, 2018), e habilidades profissionais (Roy, 2009). Explorando os benefícios propiciados pela internet e as TICs, atividades de ensino e aprendizagem agregadas ao ciberespaço e a conexão com a internet é essencial (Nodari et al., 2016; Setzer, 2014), principalmente para reduzir barreiras sociais.

No aspecto profissional, a ênfase dada à internet neste segmento é conferida pelas oportunidades de carreira que podem surgir quando o uso é realizado para fins de

desenvolvimento de habilidades e competências direcionadas para a alavancagem da carreira profissional (Jere & Davis, 2011; Roy, 2009). O uso especializado sugere que a internet pode ser facilmente visualizada como um meio de busca de conteúdo informativo indo ao encontro de estudos mais antigos como citado por McQuail et al. (1972) que encaixaram a busca por informações, principalmente para promover reflexões sobre problemas sociais e políticos, na gratificação “vigilância”. Posteriormente, Blumler (1979) citou a gratificação orientação cognitiva, que descrevia finalidades semelhantes ao termo vigilância.

Em tempos atuais, a gratificação vigilância continua sendo válida; por exemplo, Ferguson e Perse (2000) identificaram o uso destinado para esses fins em universitários norte-americanos, Jere e Davis (2011), entre mulheres africanas. Diante dessa possibilidade de uso, as famílias militares também exploram esse benefício e pais e filhos usam a internet em busca de informações de aspecto informativo (dados descritos no gráfico 29), principalmente para buscar informação sobre o que se passa em seu país ou em outros países.

Dando continuidade à discussão dos dados, a interação, principalmente direcionada para a socialização, é uma das gratificações mais citadas no uso dos mídias. Nos lares militares, os filhos utilizam com mais frequência as ferramentas presentes na internet que propiciam a facilidade de interagir socialmente. Este dado foi mencionado nas primeiras pesquisas da Teoria dos U&G, designadamente no uso do rádio focado para a interação social (Herzog, 1940). Com o avanço das tecnologias, os mídias modernos, principalmente devido à facilidade de uso, ampliaram as possibilidades de interação, como são exemplo as contribuições postuladas por Roy (2009, p. 882), evidenciando que os novos mídias oferecem aos seus usuários a interação pessoa-pessoa, mas que devido às características das TICs estão cada vez mais interativas; assim, atualmente, a interação homem-máquina também é possível, aumentando a adesão dessas ferramentas, principalmente em novas gerações como um substituto para as interações interpessoais do mundo real.

A Teoria dos Usos e Gratificações (U&G) está orientada para interpretar como a audiência seleciona conteúdos para atender necessidades sociais, afetivas e cognitivas (Katz et al., 1973). Incluído em suas análises, a internet aparece como um média em que os usuários estão ativamente envolvidos, principalmente pela interatividade que a mesma propicia (Kaye e Johnson, 2004).

A liberdade de selecionar conteúdos que a internet oferece aos seus usuários é um dos principais motivos para que inúmeras pesquisas sobre a temática estejam sendo desenvolvidas nas últimas décadas (Hanjun, 2000). Exemplo, são estudos que procuram entender o papel que a internet desempenha no ambiente familiar, sendo abordados aspectos relacionados com a socialização, interação pessoa-pessoa, dependência, razões para o uso e gratificações obtidas.

Neste contexto, a pesquisa que aqui se apresentou procurou estudar o uso e as gratificações da internet no contexto de famílias militares brasileiras. A curiosidade foi despertada devido à inexistência de estudos que abordassem este tipo de família, que é marcada por características que a diferenciam de famílias comuns; pela temática da exposição aos mídias, concretamente aos conteúdos on-line, ser cada vez mais pertinente de ser estudada e pelo facto de a investigadora pertencer a uma família militar. No Brasil, o Exército é composto por pessoas de diferentes estratos culturais, que transitam por diferentes pontos do país, onde estão instaladas unidades militares e vilas destinadas a moradia de combatentes e familiares.

Portanto, estas famílias são formadas a partir de princípios militares, deslocam-se para locais distintos a cada três anos em média, vivenciando o militarismo agregado às vilas e às diferentes culturas locais. Outro ponto que chama a atenção é o fato de que as vilas são construídas nas mediações dos quartéis e isoladas da região urbana.

Postas essas análises, esta dissertação procurou compreender a tipologia de uso e gratificações das famílias militares brasileiras na exposição à internet no contexto do lar. E para isto, utilizou um estudo de caso de natureza quantitativa cujo foco foram as famílias militares brasileiras residentes do 5º BEC, uma vila militar localizada no município de Porto Velho, Estado de Rondônia (Brasil).

Utilizando um inquérito por questionário, este estudo recolheu dados de 44 pais e 28 filhos, moradores desse ambiente. Inicialmente, foi questionado sobre as atividades que realizavam na internet e os resultados mostraram que pais utilizavam a internet para: 1) aceder

aos telejornais, debates, entrevistas; 2) consultar informação sobre questões militares e de segurança; 3) enviar e receber e-mail; 4) comprar serviços ou produtos na internet e; 5) visualizar programas de mensagens instantâneas. Em contrapartida, filhos usavam a internet com objetivo de: 1) jogar; 2) assistir séries televisivas, filmes, telenovelas, concursos; 3) participar em redes sociais; 4) elaborar trabalhos para escola e trabalho; 5) assistir vídeos; 6) contactar para conhecer pessoas e; 7) utilizar programas de mensagens instantâneas.

Estes resultados demonstram que pais utilizam a internet orientada para o uso instrumental, demonstrando a consciência em sua utilização, que foi feita para atender necessidades cognitivas. Ao passo que filhos o fazem com objetivo instrumental, mas a maior frequência do uso é destinado a fins ritualizados, conforme concepções teóricas de Rubin (1984).

Estas constatações em relação aos lares militares demonstram que os padrões de uso da internet estão relacionados ao grupo etário ao qual o usuário pertence. Pais que se encaixam em um grupo com idade mais avançada e aprenderam a usar a tecnologia; enquanto os filhos, que são mais jovens, já nasceram imersos em aparatos tecnológicos.

Essa relação próxima com a internet reflete no alto grau de dependência relatada por mais da metade dos filhos entrevistados. Estes usuários apresentavam dificuldades em controlar o uso e relataram sentimentos de estresse e ansiedade na impossibilidade de conectar-se ao ciberespaço.

Neste cenário, pode-se relacionar o uso da internet às diferentes gerações. Pais utilizam menos, pois vivenciaram e ainda colocam em prática formas tradicionais de socialização, aprendizagem e entretenimento. Filhos, por outro lado, estão limitados ao mundo virtual e cresceram com a mentalidade de que a internet é suficiente para satisfazer todas as necessidades psicossociais e cognitivas e apresentam dificuldades de usar mídias tradicionais ou de simplesmente interagirem no mundo real.

Corroborando estas conclusões, os dados permitem concluir que filhos usam a internet por diversas razões de que são exemplo: passar o tempo, sentir-se relaxado, propiciar a autoaprendizagem, interagir com outras pessoas ou buscar informações escolares e profissionais. As gratificações buscadas no uso do universo virtual, confirmam a dependência da internet, uma vez que este é o principal caminho visualizado pela nova geração, como meio de inclusão e desenvolvimento de habilidades.

Pais, no entanto, fazem o uso para obter como gratificações aprendizagem e busca de informações escolares e profissionais, de encontro às considerações reveladas anteriormente,

as escolhas desse grupo apontavam para o uso consciente e valorização dos meios tradicionais de interação social.

Ao final do estudo ora empreendido, revelou-se que mesmo que não haja muitos estudos sobre o tema; no fundo, o comportamento destas famílias em relação à internet é o mesmo apresentado em outras pesquisas que investigaram o uso da internet no núcleo familiar, mas que não se dedicam propriamente a famílias militares.

Limitações do trabalho

Um das principais limitações do estudo foi o número reduzido dos participantes, além da impossibilidade de abranger espaços geográficos mais amplos, reflexo do curto período e falta de recursos humanos e materiais suficientes para executar uma pesquisa mais robusta. Portanto, para complementar esta pesquisa, seria interessante aplicar o questionário em outras vilas das forças armadas, como Marinha e Aeronáutica, e outros locais do Brasil.

A realização de entrevista também seria pertinente, mas por limitações de tempo não foram conseguidas, pelo que se entende ser pertinente utilizar em próximos estudos.

Impactos esperados

Frente às constatações, sugere-se a criação de uma linha de educação voltada para o uso consciente dos mídias e de um ambiente de lazer com área de leitura e diversão familiar disponível para todos os residentes dos lares envolvidos no estudo. Por isso, era interessante a criação de ações de educação para os mídias, que pode passar, por exemplo, pela criação de uma disciplina a ser lecionada desde a infância ou outras ações de formação.

Acrescenta-se ainda que a realização de novas investigações em diferentes vilas das forças armadas seria relevante e estudos como este poderão ser tema para futuras pesquisas feitas por outros estudiosos ou mesmo pela própria pesquisadora, em busca de aprofundar seus conhecimentos em nível de doutoramento.

REFERÊNCIAS

- Abreu, C. N. de, Karam, R. G., Góes, D. S., & Spritzer, D. T. (2008). Dependência de Internet e de jogos eletrônicos: uma revisão. *Brazilian Journal of Psychiatry*, 30(2), 156-167. <https://doi.org/10.1590/S1516-44462008000200014>
- Allor, M. (1988). Relocating the site of the audience. *Critical Studies. Mass Communication*, 5(3), 217-233. <https://doi.org/10.1080/15295038809366704>
- Almeida, M. I., & Eugênio, F. (2006). O espaço real e o acúmulo que significa: Uma nova gramática para se pensar o uso jovem da internet no Brasil. In A. M. Nicolaci-da-Costa, A. M. (Org.). *Cabeças digitais: O cotidiano na era da informação* (pp. 49-80). Rio de Janeiro: PUC-Rio.
- Alves, R. C. (2012). Jornalismo digital: Dez anos de web... e a revolução continua. *Comunicação e Sociedade*, 9 (10), 93-102. [https://doi.org/10.17231/comsoc.9\(2006\).1157](https://doi.org/10.17231/comsoc.9(2006).1157)
- Armstrong, A., & Hagel III, J. (maio/jun. 1996). The real value of on-line communities. *Harvard Business Review*, p. 131-141.
- Barbosa, A., & Jereissati, T. (2016). *Panorama setorial da Internet Acesso à Internet no Brasil: Desafios para conectar toda a população*. 1-12. http://www.intgovforum.org/cms/IGF_Policy_Options_for_Connecting_the_Next_Billion_Compilation.pdf
- Barbosa, G., & Rabaça, C. A. (2001). *Dicionário de Comunicação* (2ª Edição). Rio de Janeiro: Campus.
- Barros, Aidil Jesus da Silveira; Lehfeld, Neide Aparecida de Souza. (2007) *Fundamentos de Metodologia Científica*. 3.ed. São Paulo: Prentice-Hall,
- Baudrillard, J. (2011). *Tela Total: mito-ironias do virtual e da imagem*. Porto Alegre: Sulina.
- 5º Batalhão de Engenharia e Construção. Recuperado de <http://www.5bec.eb.mil.br/>
- Berelson, B. (1949). What “missing the newspaper” means. In Harper & Brothers (Eds.), *Communications Research 1948-1949* (pp. 111-129).
- Blumler, Jay G.; Katz, E. (1974). *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research*. Nova York: Sage. (Vol. III).
- Blumler, J. G. (1979). The role of theory in uses and gratifications studies. *Communication Research*. 6(1):9-36. <https://doi.org/10.1177/009365027900600102>
- Bogdan, R., & Biklen, S. (1994). *Investigação qualitativa em educação*. Porto: Porto Editora.
- Bozza, T. C. L. (2016). *O uso da tecnologia nos tempos atuais: análise de programas de intervenção escolar na prevenção e redução da agressão virtual*. Dissertação de Mestrado (Faculdade de Educação da Universidade Estadual de Campinas). Campinas: Universidade Estadual de Campinas.

- Brasil. Ministério da Saúde. Conselho Nacional de Saúde. (24 maio 2016). *Resolução nº 510, de 7 de abril de 2016*. Trata sobre as diretrizes e normas regulamentadoras de pesquisa em ciências humanas e sociais. Diário Oficial da União, Brasília.
- Brasil. (13 jun. 2013). *Resolução nº 466, de 12 de dezembro de 2012*. Dispõe sobre diretrizes e normas regulamentadoras de pesquisas envolvendo seres humanos. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Brasília.
- Cantril, H. (1942). Professor quiz: A gratifications study. In P.F. Lazarsfeld & F. Stanton (Eds.), *Radio research 1941* (pp. 34-45). New York: Duell, Sloan & Pearce.
- Cantril, H., & Allport, G. W. (1935). *The psychology of radio*. In *The psychology of radio*. Londres: Harper.
- Carvalho, M. S. R. M. de. (2006). *A trajetória da Internet no Brasil: do surgimento das redes de computadores à instituição dos mecanismos de governança*. Dissertação de Mestrado (Engenharia de Sistemas e Computação). Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro.
- Chequer, F., Pinto, A., Isotani, S. M., Sabatés, A. L., & Perissinoto, J. (jul./ago.2015). Denver ii: comportamentos propostos comparados aos de crianças paulistanas denver ii: proposed behaviors compared to those of children from São Paulo, *17*(4), pp. 1262-1269.
- Dalamaria, T., Pinto, W. de J., Farias, E. D. S., & Souza, O. F. de. (2020). internet addiction among adolescents in a western brazilian amazonian city. *Rev Paul Pediatr.*, e2019270–e2019270. Recuperado de http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&nrm=iso&lng=pt&tlng=pt&pid=S0103-05822021000100407
- Dalmonete, E. (2008). A hipótese dos usos e gratificações aplicada à internet: deslocamentos conceituais. *Contemporanea*, 6(2).
- Dias, R. A., & Leite, L. S. (2007) Um estudo sobre interação e interatividade em curso online. Recuperado de <http://www.abed.org.br/congresso2007/tc/52200733404PM.pdf>
- Eco, U. (1998). *Como se faz uma tese em ciências humanas*. Lisboa: Editorial Presença.
- Eighmey, J. (maio/jun. 1997). Profiling user responses to commercial web sites. *Journal of Advertising Research*, 37(3), 59+.
- Eighmey, J. & Mccord, L. (1998). Adding value in the information age: uses and gratifications of sites on the World Wide Web. *Journal of Business Research*, 41, 187-194.
- Elliott, R. J., Krumhansl, J. A., & Leath, P. L. (1974). The theory and properties of randomly disordered crystals and related physical systems. *Reviews of Modern Physics*, 46(3), 465–543. <https://doi.org/10.1103/RevModPhys.46.465>
- Ferguson, D. A., & Perse, E. M. (2000). The World Wide Web as a Functional Alternative to Television. *Journal of Broadcasting & Electronic Média*, 44(2), 155–174. https://doi.org/10.1207/s15506878jobem4402_1

- Fernandes, L. A., & Gomes, J. M. M. (2003). *Relatórios de pesquisa nas Ciências Sociais...* Recuperado de <https://seer.ufrgs.br/ConTexto/article/view/11638>
- Fink, K., Mélo, T. R., & Israel, V. L. (2019). Tecnologias no desenvolvimento neuropsicomotor em escolares de quatro a seis anos. *Cadernos Brasileiros de Terapia Ocupacional*, 27(2), 270–278. <https://doi.org/10.4322/2526-8910.ctoao1186>
- AVG Brasil. www.avgbrasil.com.br (2015). *Guia de Segurança On-line*. Recuperado de https://crianca.mppr.mp.br/arquivos/File/publi/internet/avg_ebook.pdf
- Gerson, W. M. (1966). Mass Média Socialization Behavior: Negro-White Differences. *Social Forces*, 45(1), 40–50. <https://doi.org/10.1093/sf/45.1.40>
- Gonçalves, C. L. D. (2012). *Gerações, tecnologia e educação: análise crítica do emprego educativo de novas tecnologias da informação e comunicação na educação superior da Região Metropolitana de Campinas, SP*. Dissertação de Mestrado (Centro Universitário Salesiano de São Paulo). São Paulo: Centro Universitário Salesiano de São Paulo (UNISAL).
- Goode, W. J., & Hatt, P. K. (1972). *Métodos em Pesquisa Social*. (4ª edição). São Paulo: Nacional.
- Greenberg. (1974). Gratifications of Television Viewing and Their Correlates for British Children. In Sage (Ed.), *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research* (pp. 71–92).
- Greenberg, B. S., & Dominick, J. R. (1969). Racial and social class differences in teen-agers' use of television. *Journal of Broadcasting*. <https://doi.org/10.1080/08838156909386313>
- Griffin, E., Cossio, M. L. T., Giesen, L. F., Araya, G., Pérez-Cotapos, M. L. S., VERGARA, R. L., Manca, M., Tohme, R. A., Holmberg, S. D., Bressmann, T., Lirio, D. R., Román, J. S., Solís, R. G., Thakur, S., Rao, S. N., Modelado, E. L., La, A. D. E., Durante, C., Tradición, U. N. A., ... Héritier, F. (2012). A First Look On Communication Theory, 8th Edition. In *Uma ética para quantos?* <https://doi.org/10.1007/s13398-014-0173-7.2>
- Hallonquist, T. & Suchman, E. A. (1942). Listening to the Listener. *Radio Research*, 43, 265–334.
- Hanjun, K. (2000). Internet Uses and Gratifications: Understanding Motivations for Using the Internet. Paper presented at the Annual Meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication. *Phoenix*, August, 9-12.
- Herzog. (1940). Professor quiz: A gratification study. In Lazarsfeld & F. N. Stanton (Ed.), *Radio and the printed page* (Duell, Slo, pp. 64–93).
- Hill, M. M. & Hill, A. (2002). *Investigação por questionário*. Lisboa: Edições Sílabo.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). (20 dez. 2018). PNAD Contínua TIC 2017: Internet chega a três em cada quatro domicílios do país. Recuperado de <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/23445-pnad-continua-tic-2017-internet-chega-a-tres-em-cada-quatro-domicilios-do-pais>

- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). (2018). Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Trabalho e Rendimento, Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua 2016/2017. Recuperado de https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101631_informativo.pdf
- Jere, M. G., & Davis, S. V. (2011). An application of uses and gratifications theory to compare consumer motivations for magazine and Internet usage among South African women's magazine readers. In *Southern African Business Review* (Vol. 15).
- Karimi, L., Khodabandelou, R., Ehsani, M., & Ahmad, M. (2014). Applying the Uses and Gratifications Theory to Compare Higher Education Students' in, Malaysia, United Kingdom, and South Africa. *Contemporary Educational Technology*.
- Kasakowskij, R., Friedrich, N., Fietkiewicz, K. J., & Stock, W. G. (2018). Anonymous and non-anonymous user behavior on social média: A case study of Jodel and Instagram. *Journal of Information Science Theory and Practice*, 6(3), 25–36. <https://doi.org/10.1633/JISTaP.2018.6.3.3>
- Kassab, D., & Yuan, X. (2012). Understanding the information needs and search behaviour of mobile users. *Information Research*. Nova York: University at Albany & Stat University of New York.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). Utilization of Mass Communication by the Individual. In J. G. Blumler, & E. Katz (Eds.). *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research*. <https://doi.org/10.1086/268109>
- Katz, E., & Foulkes, D. (1962). On the use of the mass média as “escape”: Clarification of a concept. *Public Opinion Quarterly*. <https://doi.org/10.1086/267111>
- Katz, E., Haas, H., & Gurevitch, M. (1973). On the Use of the Mass Média for Important Things. *American Sociological Review*, 38(2), 164. <https://doi.org/10.2307/2094393>
- Kaye, B. K., & Johnson, T. J. (2004). A Web for all reasons: uses and gratifications of Internet components for political information. *Telematics and Informatics*, 21(3), 197–223. [https://doi.org/10.1016/S0736-5853\(03\)00037-6](https://doi.org/10.1016/S0736-5853(03)00037-6)
- Kenski, V. M. (2015). Educação e internet no Brasil. *Cad Adenauer*, 16(3), 133-150.
- Kim, J., & Rubin, A. M. (1997). The variable influence of audience activity on média effects. *Communication Research*, 24(2), 107-135.
- Kiousis, S. (2002). Interactivity: A concept explication. *New Media and Society*. <https://doi.org/10.1177/146144480200400303>
- Klapper, J. (1960). *The effects of mass communication*. <https://psycnet.apa.org/record/1962-00995-000>
- Klapper, J. T. (1963). Mass communication research: An old road resurveyed. *Public Opinion Quarterly*. <https://doi.org/10.1086/267201>

- Lasswell, H. D. (1948). Structure et fonction de la communication dans la société. In Balle, F. & Padioleau, J. G. (eds.). *Sociologie de l'information*. Paris: Librairie La Rousse, 31-41.
- Lauwe, P., & Lauwe, M. (1950). A evolução contemporânea da família: estruturas, funções, necessidades - Tradução de "L'évolution des besoins et la conception dynamique de la famille". *Revue Française de Sociologie*.
- Lazarsfeld, P., & Stanton, F. N. (1949). *Radio Research 1948-1949*. Nova York: Haper & Brothers.
- Lemos, A. (2002). *Cibercultura, tecnologia e vida soial na cultura contemporânea*. Porto Alegre: Sulinas.
- LEMOS, André. (2010) *Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea*. 5. ed. Porto Alegre: Sulina,
- Lévy, P. (1996). *O que é o virtual?* Recuperado de tiosam.org.
- Lévy, P. (1999). *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34.
- Littlejohn, S., & Foss, K. (2009). Encyclopedia of Communication Theory. In *Encyclopedia of Communication Theory*. SAGE Publications, Inc. <https://doi.org/10.4135/9781412959384>
- Livingstone, S. (2002). *Young People and New Média*. Nova York: Sage.
- Livingstone, S. (2004). The challenge of changing audiences: or, what is the audience researcher to do in the age of the internet? *European Journal of Communication*, 19(1), 75-86. <https://doi.org/10.1177/0267323104040695>
- Livingstone, S., & Helsper, E. (2007). Gradations in digital inclusion: children, young people and the digital divide. *New Media & Society*, 9(4), 671–696. <https://doi.org/10.1177/1461444807080335>
- Lometti, G. E., Reeves, B., & Bybee, C. R. (1977). Investigating the Assumptions of Uses and Gratifications Research. *Communication Research*. <https://doi.org/10.1177/009365027700400305>
- Machado, R. C. R., & Hernandez Rivera, L. N. (2018). Democratização na era digital: desafios para um diálogo consciente e igualitário. *Revista Brasileira de Políticas Públicas*, 7(3). <https://doi.org/10.5102/rbpp.v7i3.4801>
- Manovich, L. (2002). *The Language of New Media*. MIT Pres: Cambridge.
- Mattar, F. N. (1994). *Pesquisa de marketing: metodologia, planejamento, execução e análise* (2ª Edição). São Paulo: Atlas. 2v., v.2.
- Mattar, Fauzer Najib;Oliveira, Braulio; Motta, Luis Stirbolov. (2014) *Pesquisa de marketing: metodologia, planejamento, execução e análise*. 7. ed. Rio de janeiro: Elsevier,
- Martini, T. C. (2013). O padrão de uso da internet e redes sociais on-line no Transtorno do Humor Bipolar

- Mazzeo, L. M.; Pantoja, S.; Ferreira, R. P. (2000). *Evolução da Internet no Brasil e no Mundo*. Ministério da Ciência e Tecnologia Secretaria de Política de Informática e Automação. Recuperado de <http://livros01.livrosgratis.com.br/ci000008.pdf>
- McLeod, J. M., Bybee, C. R., & Durall, J. A. (1982). Evaluating Media Performance by Gratifications Sought and Received. *Journalism & Mass Communication Quarterly*. <https://doi.org/10.1177/107769908205900101>
- McQuail, D. (1994). The rise of media of mass communication. *Mass Communication Theory: An Introduction*. Nova York: Sage.
- Mcquail, D. 2003. *Teoria da comunicação de massas*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Mcquail, D., Blumler, J. G. & Brown, J. R. (1972). The television audience: A revised perspective. In: Mcquail, D. (ed.). *Sociology of mass communications*. Middlesex, England: Penguin, 135-165.
- McQuail, D., & Windahl, S. (2015). Communication models: For the study of mass communications, second edition. In *Communication Models for the Study of Mass Communications, Second Edition*. <https://doi.org/10.4324/9781315846378>
- Mendelsohn, H. (1964). Listening to radio. In Dexter, L. A., White, D. M. *People Society and Mass Communications*. London: The Free Press of Glencoe. 239–249.
- Mesch, G. S. (2006a). Family characteristics and intergenerational conflicts over the Internet. *Information, Communication & Society*, 9 (4), 473-495.
- Mesch, G. S. (2006b). Family relations and the Internet: Exploring a family boundaries approach. *The Journal of Family Communication*, 6 (2), 119-138.
- Monteiro, A. C., Caetano, J., Marques, H., & Lourenço, J. (2008). *Fundamentos de comunicação*. Lisboa: Sibalo.
- Moura, C. M. D. (set./nov. 2013). Abordagens no campo da comunicação e o contemporâneo da mobilidade: jovens e o desafio smartphone. *Razón y Palabra*, (84).
- Music Television (MTV). (2005). *Dossiê Universo Jovem 3*. São Paulo: Brasil
- Neumann, L. W. (1997) *Social research methods: qualitative and quantitative approaches*. Boston: Allyn & Bacon,
- Neumann, D. M. C., & Missel, R. J. (2019). Família digital: a influência da tecnologia nas relações entre pais e filhos adolescentes. *Pensando famílias*, 23(2), 75-91.
- Nicolaci-da-Costa, A. M. (1998). *Na Malha da Rede: Os Impactos Íntimos da Internet*. Rio de Janeiro: Campus.
- Nicolaci-da-Costa, A. M. (2002). Revoluções tecnológicas e transformações subjetivas. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, 18(2), 193-202.

- Nicolaci-da-Costa, A. M. (2006). Cabeças digitais: O cotidiano na era da informação. Rio de Janeiro: PUC-Rio. SaferNet Brasil. (2008). RELEASE: 87% dos jovens afirmam que não possuem restrições para uso da Internet. Recuperado de <http://www.safernet.org.br/twiki/bin/view/SaferNet/Noticia20081009202936>
- Nodari, M. P. M., Rosa, E. M., Nascimento, C. R. R., & Guerra, V. M. (2016). Os usos do tempo livre entre jovens de classes populares. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, 32(4), 1–9. <https://doi.org/10.1590/0102.3772e324215>
- Nogueira, M. A. (2016). *Os Benefícios dos Dispositivos Móveis para os Professores: olhares a partir da teoria dos usos e gratificações*. Dissertação de Mestrado (Programa de Pós-Graduação em Comunicação), Universidade Municipal de São Caetano do Sul, São Caetano do Sul (SP).
- Oliveira, B. V. de (Org.). (1996). *Informática em psicopedagogia*. São Paulo: Editora SENAC.
- Oliveira, A. J. V. de. (2015). *Media, usos e gratificações nas famílias numerosas católicas portuguesas* [Coimbra]. Recuperado de <https://estudogeral.uc.pt/handle/10316/29130>
- Ostrovsky, M., & Schwarz, M. (2011). Reserve prices in internet advertising auctions: A field experiment. In *Proceedings of the ACM Conference on Electronic Commerce*. <https://doi.org/10.1145/1993574.1993585>
- Paiva, N. M. N., & Costa, J. S. (2015). A influência da tecnologia na infância: desenvolvimento ou ameaça? *Psicologia.Pt*, 1–13.
- Palmgreen, P., & Rayburn, J. D. (1979). Uses and gratifications and exposure to public television: A Discrepancy Approach. *Communication Research*. <https://doi.org/10.1177/009365027900600203>
- Papacharissi, Z. (2008). Uses and Gratifications. In Salwen, M. D. & Stacks (Eds.), *An Integrated Approach to Communication Theory and Research* (pp. 137–152).
- Papacharissi, Z., & Rubin, A. M. (2000). Predictors of internet use. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*. https://doi.org/10.1207/s15506878jobem4402_2
- Portela, P. (2019). *Introdução aos estudos de audiência*. Braga: CECS - Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade Universidade do Minho.
- Quivy, R. & Campenhoudt, L. (2008). *Manual de investigação em ciências sociais*, Lisboa: Gradiva.
- Rayburn, J. (1996). *An Integrated Approach to Communication Theory and Research. Uses and Gratifications*. Salwen, MB, Stacks, DW.
- Reisenzein, R. (1983). The Schachter theory of emotion: Two decades later. *Psychological Bulletin*. <https://doi.org/10.1037//0033-2909.94.2.239>
- Remondi, C., Compare, A., Tasca, G. A., Greco, A., Pievani, L., Poletti, B., & Brugnera, A. (2020). Insecure Attachment and Technology Addiction Among Young Adults: The

Mediating Role of Impulsivity, Alexithymia, and General Psychological Distress. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. <https://doi.org/10.1089/cyber.2019.0747>

- Rosengren, K. E. (1974). Uses and gratifications: A paradigm outlined. *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research*, 3, 269-286.
- Roy, S. K. (2009). Internet uses and gratifications: A survey in the Indian context. *Computers in Human Behavior*, 25(4), 878–886. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2009.03.002>
- Rubin, A. M. (1983). Television uses and gratifications: The interactions of viewing patterns and motivations. *Journal of Broadcasting*. <https://doi.org/10.1080/08838158309386471>
- Rubin, A. M. (1984). Ritualized and Instrumental Television Viewing. *Journal of Communication*, 34(3), 67–77. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1984.tb02174.x>
- Ruggiero, T. E. (2000). Uses and Gratifications Theory in the 21st Century. *Mass Communication and Society*. https://doi.org/10.1207/s15327825mcs0301_02
- Ruiz-Olivares, R., Lucena Jurado, V., Pino Osuna, M. J., & Herruzo Cabrera, J. (2010). Análisis de comportamientos relacionados con el uso/abuso de Internet, teléfono móvil, compras y juego en estudiantes universitarios. *Adicciones*, 22(4), 301-310
- Saviani, D. (2003). *Pedagogia histórico-crítica: primeiras aproximações* (8ª Edição). Campinas: Autores Associados.
- Schramm, W., Lyle, J., & Parker, E. (1961). *Television in the lives of our children*. Stanford (Estados Unidos): Stanford University Press.
- Sepé, C. P. (2006). Interatividade ou interação? Reflexões acerca do sentido terminológico para a compreensão de um objeto de estudo emergente. *Razón y Palabra*, 11(52).
- Setzer, V. W. (2014). *Efeitos negativos dos meios eletrônicos*. <https://www.ime.usp.br/~vwsetzer/efeitos-negativos-meios.html>
- Silva, C. R. da. (2016). *O exército como família: etnografia sobre as vilas militares na fronteira*. Tese de Doutorado (Programa de Pós-Graduação em Antropologia). Universidade Federal de São Carlos, São Carlos (SP).
- Silva, C. P., Moulthrop, A. A., & Muha, M. S. (2001). Introduction to Polyspectral Modeling and Compensation Techniques for Wideband Communications Systems. *58th ARFTG Conference Digest Fall 2001: RF Measurements for a Wireless World, ARFTG Fall 2001*. <https://doi.org/10.1109/ARFTG.2001.327481>
- Silverstone, R. (2002). *Por que estudar a mídia?*. Nova York: Sage.
- Slot, M., & Frissen, V. (2007). Users in The 'Golden' Age of The Information Society. *Observatorio Journal*, 3, 201-224.
- Snyder, T., & Byrd, G. (2017). *The Internet of Everything*. Computer. <https://doi.org/10.1109/MC.2017.179>

- Stafford, T. F., Stafford, M. R., & Schkade, L. L. (2004). Determining Uses and Gratifications for the Internet. *Decision Sciences*, 35(2), 259–288. <https://doi.org/10.1111/j.00117315.2004.02524.x>
- Swanson, D. L. (1987). Procura de gratificação, exposição na mídia e interpretações do público: algumas orientações para a pesquisa.
- Teixeira, C. R. D. T., & Magalhães, E. N. de. (2015). *Aspectos Psicopatológicos da Dependência da Internet*. Recuperado de <http://www.terapiamet.com.br/aspectos-psicopatologicos-da-dependencia-da-internet/>
- Thurlow, C., & McKay, S. (2003). Profiling “new” communication technologies in adolescence. *Journal of Language and Social Psychology*. <https://doi.org/10.1177/0261927X02250060>
- Thurlow, C., & Mroczek, K. (2012). *Digital Discourse: Language in the New Media*. Nova York: Oxford Scholarship Online. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199795437.001.0001>
- Vilelas, J. (2009). *O processo de construção do conhecimento*, Lisboa: Edições Sílabo.
- Waples, D., Berelson, B., & Bradshaw, F. R. (1940). *What reading does to people*. Chicago: University of Chicago Press.
- Watson, J., & Hill, A. (2015). Dictionary of Media and Communication Studies. In *Dictionary of Media and Communication Studies*. <https://doi.org/10.5040/9781501304712>
- Webster, J. G. (1998). The audience. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 42 (2), 190-207.
- Yin, R. K. (2001). *Estudo de caso: planejamento e métodos* (2ª Edição). Porto Alegre: Bookman.
- Yin, R. K. (2005). *Estudo de caso: planejamento e métodos* (3ª Edição). Porto Alegre: Bookman.
- Yuan, Y. (2011). *A Survey Study on Uses and Gratification of Social Networking Sites in China*. Dissertação de Mestrado (Mestrado em Ciências). Ohio: Scripps College of Communication of Ohio University.
- Williams, F., Stover, S. & Grant, A. E. (1994). Aspectos sociales de los tecnologías de los nuevos medios. In: Bryant, J. & Zillmann, D. (eds.). *Los efectos de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós, 617-641.
- Wimmer, R. D., & Dominick, J. R. (1994). *An introduction to mass media research*. California: Wadsworth.
- Wolf, M. (2003). *Teorias da comunicação*. Lisboa: Editorial Presença.
- Wolf, K. M., & Fiske, M. (1949). The children talk about comics. In *Communications*

research: 1948-1949. (pp. 3–50). Londres: Harper.

Zancan, C., & Tono, C. (2018). Hábitos dos adolescentes quanto ao uso das mídias digitais. *EDUCA - Revista Multidisciplinar em Educação*, 5(11), 98-119. doi:<https://doi.org/10.26568/2359-2087.2018.2647>

Zhang L., Amos, C., McDowell WC. (2008). A comparative study of Internet addiction between the United States and China. *Cyberpsychol Behav.* Dec;11(6):727-9. doi: 10.1089/cpb.2008.0026. PMID: 18991530.

Apêndice 1 – Autorização de Aplicação de Pesquisa do 5º BEC

CARTA DE AUTORIZAÇÃO DE PESQUISA

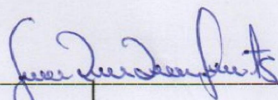
Ao Senhor Emerson da Silva Moraes
Coronel do 5º Batalhão de Engenharia e Construção

Eu, **SÔNIA REGINA DOURADO DOS SANTOS**, servidora do Instituto Federal de Rondônia (IFRO) acadêmica do Mestrado de Assessoria em Administração do Instituto Politécnico do Porto – Portugal (IPP), proveniente do termo de cooperação técnica científica nº 007/2017 realizado entre ambas as Instituições, venho pela presente, solicitar autorização para adentrar junto a Vila Militar do 5º Batalhão de Engenharia e Construção com o objetivo de aplicar uma pesquisa junto aos moradores que ali residem, a ser realizada entre os meses de setembro e dezembro de 2019 para fins de dissertação sob o Título: **O uso da internet por famílias brasileiras: um estudo de caso com residentes de uma vila militar de Porto Velho – Rondônia**, orientada pela professora Dra. **ADRIANA JOSÉ DE OLIVEIRA** do Instituto Politécnico do Porto (IPP).

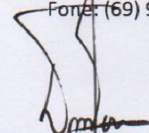
O objetivo desta pesquisa é compreender o padrão de uso da internet por famílias militares de Porto Velho – Rondônia. Será aplicado um questionário semiestruturado com perguntas abertas e fechadas abrangendo a quantidade de aparelhos conectados, sites acessados e o período de tempo dedicado ao acesso à internet.

Esta carta foi impressa em 2 vias, sendo uma do Pesquisador e outra do 5º Batalhão de Engenharia e Construção. Certo de contarmos com a vossa valorosa colaboração, coloco-me à disposição para mais esclarecimentos.

Porto Velho, 10 de setembro de 2019.



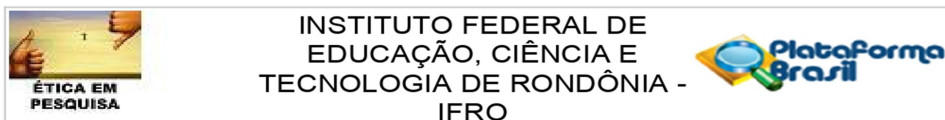
Sônia Regina Dourado dos Santos
Fone: (69) 9 9961 8894



Coronel do 5º Batalhão de Engenharia e Construção

EMERSON DA SILVA MORAES - Cel
Cmt 5º BEC

Apêndice 2 – Parecer substanciado no CEP



Continuação do Parecer: 3.764.611

ser submetida à análise desse CEP. Somente após aprovação do CEP as alterações poderão ser colocadas em prática.

Este parecer foi elaborado baseado nos documentos abaixo relacionados:

Tipo Documento	Arquivo	Postagem	Autor	Situação
Informações Básicas do Projeto	PB_INFORMAÇÕES_BÁSICAS_DO_PROJETO_1433754.pdf	09/12/2019 21:47:26		Aceito
Outros	FORMULARIOPAISvf.pdf	09/12/2019 21:46:31	SONIA REGINA DOURADO DOS SANTOS	Aceito
Outros	FORMULARIOFILHOSvf.pdf	09/12/2019 21:46:17	SONIA REGINA DOURADO DOS SANTOS	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	TCLFvf.pdf	09/12/2019 21:45:45	SONIA REGINA DOURADO DOS SANTOS	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	TCLERESPONSATIVEsvf.pdf	09/12/2019 21:45:31	SONIA REGINA DOURADO DOS SANTOS	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	TALEvf.pdf	09/12/2019 21:45:19	SONIA REGINA DOURADO DOS SANTOS	Aceito
Projeto Detalhado / Brochura Investigador	ProjetoCEPVf.pdf	09/12/2019 21:44:58	SONIA REGINA DOURADO DOS SANTOS	Aceito
Recurso Anexado pelo Pesquisador	CartarespostasolucaodependenciasSONIA.pdf	13/10/2019 20:37:19	SONIA REGINA DOURADO DOS SANTOS	Aceito
Folha de Rosto	FOLHADEROSTO.pdf	13/10/2019 20:29:45	SONIA REGINA DOURADO DOS SANTOS	Aceito
Outros	DeclaracaoOrientadoraAdriana.pdf	15/09/2019 14:30:54	SONIA REGINA DOURADO DOS SANTOS	Aceito
Outros	TermoCooperacaoPortoIFRO.pdf	14/09/2019 22:18:11	SONIA REGINA DOURADO DOS SANTOS	Aceito
Outros	CARTA.pdf	14/09/2019 22:03:08	SONIA REGINA DOURADO DOS SANTOS	Aceito

Endereço: Avenida Tiradentes, 3009
 Bairro: Setor Industrial CEP: 76.821-001
 UF: RO Município: PORTO VELHO
 Telefone: (69)2182-9611 E-mail: cep@ifro.edu.br

Página 05 de 06



INSTITUTO FEDERAL DE
EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E
TECNOLOGIA DE RONDÔNIA -
IFRO



Continuação do Parecer: 3.764.611

citada. Assim, como no projeto completo foi alterado, sendo este o único item de ajuste, apenas recomendamos que este ato não seja replicados nos demais documentos que vierem a ser construídos.

Considerações sobre os Termos de apresentação obrigatória:

1. Folha de Rosto:

Apresentada e de acordo.

2. Carta de Aceite do Orientador:

Apresentada e de acordo

3. Carta de Autorização da pesquisa:

Apresentada e atende a necessidade.

4. Cronograma:

Apresentado e dentro dos prazos.

TCLE / TALE:

• TCLE

Apresentado e de acordo.

• TALE

Apresentado e de acordo.

5. Questionário/Roteiro de Entrevista:

Apresentado e de acordo.

Recomendações:

Que o(a) pesquisador(a) leia atentamente o parecer e que siga as instruções e metodologias aqui aprovadas. Dúvidas sobre o parecer podem ser esclarecidas via e-mail, cepi@ifro.edu.br, ou pelo telefone (69) 2182-9611.

Conclusões ou Pendências e Lista de Inadequações:

Não foram consideradas pendências.

Considerações Finais a critério do CEP:

O(a) pesquisador(a) deverá encaminhar ao CEP-IFRO relatório final na ocasião de conclusão da pesquisa. Reforçamos que qualquer alteração, ainda que mínima, no protocolo aprovado deverá

Endereço: Avenida Tiradentes, 3009

Bairro: Setor Industrial

CEP: 76.821-001

UF: RO

Município: PORTO VELHO

Telefone: (69)2182-9611

E-mail: cepi@ifro.edu.br



INSTITUTO FEDERAL DE
EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E
TECNOLOGIA DE RONDÔNIA -
IFRO



Continuação do Parecer: 3.764.611

a ter no contexto familiar brasileira. (...)

Considera-se que os Benefícios superam os Riscos.

Comentários e Considerações sobre a Pesquisa:

A pesquisa apresenta uma temática muito importante apresenta uma metodologia que permite atingir seus objetivos. Foram solicitados no parecer anterior alguns ajustes, dos quais citamos:

1º Folha de Rosto: Coletar a Assinatura de um Responsável pelo Instituto Politécnico do Porto.

A pesquisadora inseriu a folha de rosto conforme o solicitado.

2º Alterar o TCLE (participantes maiores) conforme recomendações realizadas neste parecer:

As alterações consistiam no riscos, benefícios, ações mitigatórias e numeração de páginas. Todos os itens foram corrigidos pela pesquisadora.

3º Anexar modelo de TALE e TCLE (responsáveis) para análise deste CEP:

A pesquisadora não tinha anexado estes dois documentos, na presente versão, ambos foram inseridos e estão de acordo.

4º Inserir o questionário completo para análise e desativar a opção de resposta obrigatória das questões:

Na versão anterior, este grupo não foi anexado para a análise e continham questões obrigatórias, que feriam o direito do voluntário em não responder qualquer pergunta que sentisse-se incomodado ou constrangido. A pesquisadora prontamente atendeu a solicitação, estão de acordo com o solicitado.

5º Cronograma: readequar as datas do cronograma para as intervenções:

O cronograma está ajustado e nenhuma etapa de intervenção será anterior a aprovação do projeto por este comitê.

6º Corrigir o número da Resolução CNS citada em todos os documentos que compõem o protocolo:

A pesquisadora prontamente atendeu a demanda, corrigiu no seu projeto a resolução correta. Consta apenas como medida de ajuste, que no item metodologia, das informações básicas inseridas na plataforma, em dois momentos, cito ("2ª Etapa- Submissão ao Comitê de Ética em Pesquisa (CEP), conforme a resolução nº. 466/12 do Conselho Nacional de Saúde (CNS) sobre a realização de pesquisas com seres humanos " e " 6.5. Aspectos Éticos Este estudo contempla a população geral e será submetido ao Comitê de Ética em Pesquisa CEP, atendendo as normas estabelecidas na Resolução nº 466, de 12 de dezembro de 2012".) ainda constam a resolução

Endereço: Avenida Tiradentes, 3009

Bairro: Setor Industrial

UF: RO

Município: PORTO VELHO

CEP: 76.821-001

Telefone: (69)2182-9611

E-mail: cepi@ifro.edu.br

Página 03 de 06



INSTITUTO FEDERAL DE
EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E
TECNOLOGIA DE RONDÔNIA -
IFRO



Continuação do Parecer: 3.764.611

- Identificar se a dependência da internet é uma realidade em lares militares brasileiros;
- Determinar quais as atividades são realizadas no ambiente virtual dentro dos lares militares e por consequência o tipo de uso;
- Identificar as motivações para recorrerem ao uso da internet e desta forma conhecer as gratificações que retiram da exposição à internet.

Os objetivos são claros e dentro da proposta apresentada, exequíveis.

Avaliação dos Riscos e Benefícios:

1. Riscos:

São apresentados pela pesquisadora:

"Neste caso, como se trata da aplicação de um questionário fechado que será respondido através de uma plataforma online após a assinatura do TCLE os riscos são mínimos, pois não haverá nenhum tipo de intervenção. No entanto, pode causar algum constrangimento, apreensão, desconforto, desconfiança, ou incômodo em responder algumas perguntas."

1.1. Ações Mitigadoras:

A pesquisadora aponta as seguintes ações:

Para minimizar esta situações mostraremos aos participantes de forma muito evidente e claro desde logo que será garantida a privacidade e a identidade do participante, não haverá identificação por nome, apenas por código padronizado para a pesquisa e que os dados só vão ser utilizados no âmbito desta pesquisa e que os registros e análise dos dados são trabalhados apenas pela pesquisadora e orientadora desta dissertação. Caso o participante se sinta fortemente desconfortável em responder, a pesquisadora estará sempre disponível a esclarecer todas as dúvidas, caso o preenchimento seja opcional e ao participante é esclarecido a opção de retirar-se da pesquisa a qualquer momento, sem prejuízos."

As ações propostas são satisfatórias.

2. Benefícios

Apresentados, da seguinte forma:

Como benefícios, estes serão indiretos. espera-se conhecer o padrão de uso da internet pelas famílias militares, entendo a dinâmica familiar em relação ao uso desta ferramenta, principalmente para ter como desdobramentos reflexões sobre a importância da internet e a sua interferência no convívio familiar. Ao auxiliar na compreensão do campo em estudo e, similarmemente, de contribuir para alargar a reflexão quanto ao papel da internet tem e que possa vir

Endereço: Avenida Tiradentes, 3009

Bairro: Setor Industrial

CEP: 76.821-001

UF: RO

Município: PORTO VELHO

Telefone: (69)2182-9611

E-mail: cepi@ifro.edu.br

Página 02 de 06



INSTITUTO FEDERAL DE
EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E
TECNOLOGIA DE RONDÔNIA -
IFRO



PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP

DADOS DO PROJETO DE PESQUISA

Título da Pesquisa: O Uso Da Internet Por Famílias Brasileiras: Um estudo de caso com residentes de uma vila militar do Exército de Porto Velho - Rondônia.

Pesquisador: SONIA REGINA DOURADO DOS SANTOS

Área Temática:

Versão: 2

CAAE: 21190019.1.0000.5653

Instituição Proponente: Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto

Patrocinador Principal: Financiamento Próprio

DADOS DO PARECER

Número do Parecer: 3.764.611

Apresentação do Projeto:

O projeto é uma proposta de segunda versão que visa identificar e mapear o uso da internet por família de Militares, que residem na Vila Militar em Porto Velho Rondônia. Será uma pesquisa quantitativa e que terá como ferramenta de coleta, uso do Google Forms. Nela pretende-se investigar a frequência, local e finalidade do uso da internet dentro das dependências dos voluntários da pesquisa

Objetivo da Pesquisa:

2.1 Objetivo Primário

A pesquisadora apresenta o seguinte Objetivo Primário:

- Compreender o padrão de uso da internet no contexto das famílias militares brasileiras

2.2 Objetivos Secundários

A pesquisadora apresenta os seguintes objetivos secundários:

- Identificar se o acesso à internet é um hábito no contexto das famílias militares brasileiras;
- Identificar onde estão localizados e em que tipologia de espaço acedem aos dispositivos com ligação à internet;
- Aferir o tempo de exposição à internet e em que espaço da casa esses eventos ocorrem;
- Identificar os tipos de eletroeletrônicos ligados à internet instalados nas residências das famílias participantes e quais são utilizados com mais frequência para exposição ao online;

Endereço: Avenida Tiradentes, 3009

Bairro: Setor Industrial

UF: RO

Município: PORTO VELHO

CEP: 76.821-001

Telefone: (69)2182-9611

E-mail: cepi@ifro.edu.br



INSTITUTO FEDERAL DE
EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E
TECNOLOGIA DE RONDÔNIA -
IFRO



Continuação do Parecer: 3.764.611

Situação do Parecer:

Aprovado

Necessita Apreciação da CONEP:

Não

PORTO VELHO, 12 de Dezembro de 2019

Assinado por:
Marcio Rodrigues Miranda
(Coordenador(a))

Endereço: Avenida Tiradentes, 3009

Bairro: Setor Industrial

UF: RO

Município: PORTO VELHO

CEP: 76.821-001

Telefone: (69)2182-9611

E-mail: cepi@ifro.edu.br

Apêndice 3 – Inquérito por questionário utilizado no grupo pais

09/12/2019

QUESTIONÁRIO PAIS

QUESTIONÁRIO PAIS

Meu nome é Sônia Regina Dourado dos Santos e estou fazendo mestrado em Assessoria e Administração no Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto Instituto Politécnico do Porto (ISCAP), Portugal, sob a orientação da Professora Doutora Adriana José Veloso de Oliveira docente do ISCAP. O presente questionário insere-se no meu trabalho de mestrado em que pretendo estudar o papel da internet no contexto das famílias militares. Todos os dados recolhidos vão ser objeto de tratamento estatístico e só serão utilizados para o fim aqui exposto.

Leia cuidadosamente cada uma das perguntas que se seguem e dê a resposta que melhor representa a sua opinião. Este questionário é anónimo.

Muito obrigada pela sua disponibilidade, sem a sua participação não conseguiria realizar o meu trabalho.

Grupo I – Dados Sociodemográficos

1. Idade

2. Sexo

Marcar apenas uma oval.

Feminino

Masculino

3. Estado civil

4. Grau de Escolaridade

Marcar apenas uma oval.

Fundamental

Ensino Médio

Ensino Superior Completo

Mestrado

Doutorado

5. Profissão

Marcar apenas uma oval.

Militar na ativa

Militar na Reserva

Outra profissão

6. Número de filhos

Grupo II - Padrão de uso da internet em sua residência

<https://docs.google.com/forms/d/1nMRcGHCKMkrQRAEUCJRX980AEXduq7G4kSiA5lJ4c/edit>

1/4

7. Utiliza a internet em sua residência*Marcar apenas uma oval.*

- Não Porquê? (após responder, o questionário termina aqui. Obrigada!)
- Sim (passe para a pergunta 8)

8. Indique quais dispositivos ligados à internet que usa em sua residência (marque todas que se aplicam)*Marque todas que se aplicam.*

- Computador fixo ou portátil com ligação à internet
- Notebook
- Celular
- Tablet
- Smartphone

9. Qual dispositivo ligado à internet que utiliza com maior frequência em sua residência? (marque todas que se aplicam)*Marque todas que se aplicam.*

- Computador fixo com ligação à internet
- Computador portátil com ligação à internet
- Dispositivos móveis com ligação à internet (ex. celular)

10. Por dia, em casa, quanto tempo usa a internet?*Marque todas que se aplicam.*

	Até 30 minutos	30m até 1h00	1h00 até 2h00	2h00 até 3h00	3h00 ou mais
Computador fixo ou portátil com ligação à internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dispositivos móveis com ligação à internet (ex. celular)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

11. Em que cômodo da casa utiliza com mais frequência os dispositivos ligados à internet?*Marque todas que se aplicam.*

	Espaço privado da casa. Exemplo: quarto de dormir	Espaço público da casa. Exemplo: sala de estar
Computador fixo ou portátil com ligação à internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dispositivos móveis com ligação à internet (ex. celular)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

12. Você se considera dependente da internet?*Marcar apenas uma oval.*

- Sim
- Não
- Não sei/Não responde

13. Como se sente quando não pode acessar a internet?*Marque todas que se aplicam.*

- Tranquilo
- Ansioso
- Estressado
- Não sei/Não responde

Grupo III - Atividades realizadas na internet*14. Marque todas que se aplicam.*

	Nunca	Raramente	Às vezes	Muitas vezes	Sempre
Jogar online	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Consultar programas informativos - exemplo telejornais, debates, entrevistas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Consultar informação sobre questões militares e de segurança	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Consultar informação sobre séries televisivas, filmes, telenovelas, concursos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Publicar informação em fóruns em blogs, comentários em sites.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Participar em redes sociais - exemplos: Facebook, Instagram, Twitter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pesquisar informações, a fim de elaborar trabalhos para a escola o trabalho	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ver vídeos, por exemplo no youtube	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Enviar e receber e-mail.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Contactar para conhecer pessoas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Comprar serviços ou produtos na internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Utilizar programas de mensagens instantâneas (Messenger, Facebook, Gmail, WhatsApp).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Grupo IV - Razões porque faz as atividades na internet

15. Indique a que ponto da escala corresponde a razão porque faz as atividades na INTERNET. Por favor responda todos os itens.

Marque todas que se aplicam.

	Nunca	Raramente	Às vezes	Muitas vezes	Sempre
Porque me acalma, faz esquecer os problemas, ajuda a libertar o que sinto, os meus pensamentos, desejos, sentimentos, as minhas emoções.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Porque é quase como que um amigo humano e fica comigo quando estou só.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Porque me ajuda a aprender coisas sobre mim mesmo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Porque aprendo sobre assuntos que não se aprendem na escola/trabalho.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Porque procuro informação sobre o que se passa no meu país, noutros países.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Porque me permite aceder a informações e assuntos mais específicos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Porque não tenho nada melhor para fazer e dá para passar o tempo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Porque permite a interação, relacionar-me com outras pessoas e a partilha de conteúdos, informações, notícias	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Porque posso ver ou fazer coisas sem que se saiba que sou eu.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Porque permite recolher informação para ajudar na elaboração de trabalhos escolares e do trabalho	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Apêndice 4 – Inquérito por questionário utilizado no grupo filhos

09/12/2019

QUESTIONÁRIO FILHOS

QUESTIONÁRIO FILHOS

Meu nome é Sônia Regina Dourado dos Santos e estou fazendo mestrado em Assessoria e Administração no Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto Instituto Politécnico do Porto (ISCAP), Portugal. A dissertação é orientada pela Professora Doutora Adriana José Veloso de Oliveira, docente do ISCAP. O presente questionário insere-se no meu trabalho de mestrado em que pretendo estudar o papel da internet no contexto das famílias militares. Todos os dados recolhidos vão ser objeto de tratamento estatístico e só serão utilizados para o fim aqui exposto. Leia cuidadosamente cada uma das perguntas que se seguem e dê a resposta que melhor representa a sua opinião. Este questionário é anónimo. Muito obrigada pela sua disponibilidade, sem a sua participação não conseguiria realizar o meu trabalho.

Grupo I – Dados Sociodemográficos

1. Idade

2. Sexo

Marcar apenas uma oval.

- Feminino
 Masculino

3. Estado civil

4. Grau de Escolaridade

Marcar apenas uma oval.

- Fundamental
 Ensino Médio
 Ensino Superior Completo
 Mestrado
 Doutorado

5. Situação profissional

Marcar apenas uma oval.

- Trabalha
 Estuda
 Trabalha e Estuda
 Desempregado
 Outra:

Grupo II - Padrão de uso da internet em sua residência

6. Utiliza a internet em sua residência*Marcar apenas uma oval.*

- Sim (passe para a pergunta 7)
- Não Porquê? (após responder, o questionário termina aqui. Obrigada)

7. Indique quais dispositivos ligados à internet que usa em sua residência (marque todas que se aplicam)*Marque todas que se aplicam.*

- Computador fixo ou portátil com ligação à internet
- Notebook
- Celular
- Tablet
- Smartphone

8. Qual dispositivo ligado à internet que utiliza com maior frequência em sua residência? (marque todas que se aplicam)*Marque todas que se aplicam.*

- Computador fixo com ligação à internet
- Computador portátil com ligação à internet
- Dispositivos móveis com ligação à internet (ex. celular)

9. Por dia, em casa, quanto tempo usa a internet?*Marque todas que se aplicam.*

	Até 30 minutos	30m até 1h00	1h00 até 2h00	2h00 até 3h00	3h00 ou mais
Computador fixo ou portátil com ligação à internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dispositivos móveis com ligação à internet (ex. celular)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10. Em que cômodo da casa utiliza com mais frequência os dispositivos ligados à internet?*Marque todas que se aplicam.*

	Espaço privado da casa. Exemplo: quarto de dormir	Espaço público da casa. Exemplo: sala de estar
Computador fixo ou portátil com ligação à internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dispositivos móveis com ligação à internet (ex. celular)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

11. Você se considera dependente da internet?*Marcar apenas uma oval.*

- Sim
- Não
- Não sei /Não responde

12. Como se sente quando não pode acessar a internet?*Marque todas que se aplicam.*

- Tranquilo
- Ansioso
- Estressado
- Não sei/Não responde

Grupo III - Atividades realizadas na internet**13. Indique com que frequência faz as atividades na INTERNET. Por favor responda todos os itens.***Marque todas que se aplicam.*

	Nunca	Raramente	Às vezes	Muitas Vezes	Sempre
Jogar Online	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Consultar programas informativos - exemplo telejornais, debates, entrevistas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Consultar informação sobre questões militares e de segurança	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Consultar informação sobre séries televisivas, filmes, telenovelas, concursos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Publicar informação em fóruns em blogs, comentários em sites.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Participar em redes sociais - exemplos: Facebook, Instagram, Twitter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pesquisar informações, a fim de elaborar trabalhos para a escola o trabalho	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ver vídeos, por exemplo no youtube	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Enviar e receber e-mail.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Contactar para conhecer pessoas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Comprar serviços ou produtos na internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Utilizar programas de mensagens instantâneas (Messenger, Facebook, Gmail, WhatsApp).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Grupo IV - Razões porque faz as atividades na internet

14. Nunca*Marque todas que se aplicam.*

	Nunca	Raramente	Às vezes	Muitas vezes	Sempre
Porque me acalma, faz esquecer os problemas, ajuda a libertar o que sinto, os meus pensamentos, desejos, sentimentos, as minhas emoções.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Porque é quase como que um amigo humano e fica comigo quando estou só.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Porque me ajuda a aprender coisas sobre mim mesmo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Porque aprendo sobre assuntos que não se aprendem na escola/trabalho.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Porque procuro informação sobre o que se passa no meu país, noutros países.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Porque me permite aceder a informações e assuntos mais específicos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Porque não tenho nada melhor para fazer e dá para passar o tempo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Porque permite a interação, relacionar-me com outras pessoas e a partilha de conteúdos, informações, notícias	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Porque posso ver ou fazer coisas sem que se saiba que sou eu.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Porque permite recolher informação para ajudar na elaboração de trabalhos escolares ou de trabalho	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>