



## A Opinião do Público Jovem em Relação à Programação da TV Local<sup>1</sup>

Danymeire Ramos Carvalho<sup>2</sup>  
Diego da Silva<sup>3</sup>  
Professora: Shirlene Rohr de Souza<sup>4</sup>

Universidade do Estado de Mato Grosso – UNEMAT  
Campus de Alto Araguaia

### I. Resumo:

Trata-se de uma pesquisa sobre o tipo de conteúdo que desperta a atenção do público adolescente. Toma-se como base a opinião de jovens estudantes do Ensino Médio, tomada por meio de entrevista, em relação à programação exibida pela emissora local, filiada da TV Record. A questão central é verificar qual o perfil de programa agrada esse segmento, a fim de posteriormente, analisar o conteúdo desses programas. Nesta fase da pesquisa, há um levantamento de dados e a visualização em gráficos. A pesquisa continua em curso, investigando a relação entre o conteúdo e o comportamento dos jovens adolescentes.

Palavras-chave: Opinião; Jovens; Programação; TV Local.

### II. Referencial teórico:

A pesquisa configura-se como um instrumento utilizado por grandes empresas para nortear novas ações e definir redirecionamentos de metas. No caso de uma empresa que trabalha com anunciantes e patrocinadores, é fundamental analisar resultados de pesquisas para identificar as expectativas de seu público, a fim de garantir audiência e, conseqüentemente, manter ou elevar o número de patrocinadores e anunciantes. Contudo, as tomadas de decisões devem se basear em dados concretos, o que só é possível a partir de instrumentos seguros que revelem o perfil do público e suas expectativas. A pesquisa se configura como a “elaboração, a coleta, a análise e a edição de relatórios sistemáticos de dados e descobertas relevantes sobre uma situação específica” (KOTLER, 2006, p. 98). José Marques Melo, em “Opinião Pública: de Homero A Marx e de Gallup a Lazarsfeld”, lembra que a opinião é fator decisivo em muitas situações. No caso de uma empresa, equivale, muitas vezes, à sua sobrevivência.

O aporte teórico da pesquisa se baseia em ensaios e discussões encontradas em capítulos de livros como *Representações sociais em comunicação*: fragmentos de história em

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao Expocom, na Divisão Temática de Comunicação, Espaço e Cidadania do XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste.

<sup>2</sup> Estudante do 4º semestre do curso de Comunicação Social/Jornalismo da UNEMAT, email danymeire\_7@hotmail.com.

<sup>3</sup> Estudante do 4º semestre do curso de Comunicação Social/ Jornalismo da UNEMAT. email diego.press@hotmail.com.

<sup>4</sup> Orientadora, professora Mestre de Teorias da Comunicação da UNEMAT.



histórias, livro organizado pelos professores Aroldo José Abreu Pinto e Fábio Alves Lopes, *Manual do telespectador insatisfeito*, de Wagner Bezerra, *Literatura, televisão, escola: estratégias para leitura de adaptações*, de Eliana Nagamini, *A criança e a mídia: imagem, educação, participação*, de Ulla Carlsson e Cecília Von Feilitzen, *Opinião, Desenvolvimento e Teoria do jornalismo: identidades brasileiras*, de José Marques Melo, e *Rede Imaginária: televisão e democracia*, de Adalto Novaes.

### **Metodologia:**

Esta pesquisa teve como ponto de partida um estudo sobre o interesse dos adolescentes residentes no município de Alto Araguaia em relação à emissora de televisão local, a TV Integração. A coleta de dados do público-alvo levou em consideração a opinião dos adolescentes — todos residentes no município de Alto Araguaia, Mato Grosso — sobre a programação, nacional e local, transmitida por esta filiada da TV Record. A pesquisa também investigou quais programas têm mais aceitação neste segmento de público e suas preferências. Foram realizadas 80 entrevistas com estudantes do ensino médio da rede pública e privada de ensino deste município. O objetivo é abrir discussões sobre o conteúdo que desperta interesse entre os adolescentes.

### **III. Identificação da pesquisa:**

Tipo: Pesquisa Quantitativa com questionário preenchido pelos entrevistados.

Problemas: Verificar as preferências do público-alvo no que diz respeito aos programas televisivos.

### **IV. Objetivo:**

- Levantar o perfil do público-alvo;
- Investigar os motivos que fazem com que o jovem prefira um programa nacional em vez de um local;
- Verificar quais o conteúdo dos programas televisivos de maior preferência;
- Descobrir o que o público-alvo busca em um programa de TV.

### **V. Técnicas utilizadas**

Planejamento Amostral:

Os questionários foram distribuídos amostralmente para alunos de ensino médio de 12



a 19 anos, sem restrição de sexo, a serem preenchidos pelos entrevistados.

#### População:

Alunos matriculados na Escola Estadual “Carlos Huguene” (pública), Colégio “Albert Einstein” (privada) e Colégio "Objetivo" (privada), todos cursando o ensino médio na cidade de Alto Araguaia.

#### Coleta de Dados:

Os questionários foram aplicados sobre o público-alvo das três escolas supracitadas. A escolha dos locais da pesquisa se deu por encontrarmos um grande número de estudantes aglomerados, conseqüentemente, o maior número de jovens, telespectadores.

#### Planejamento da organização e cronograma:

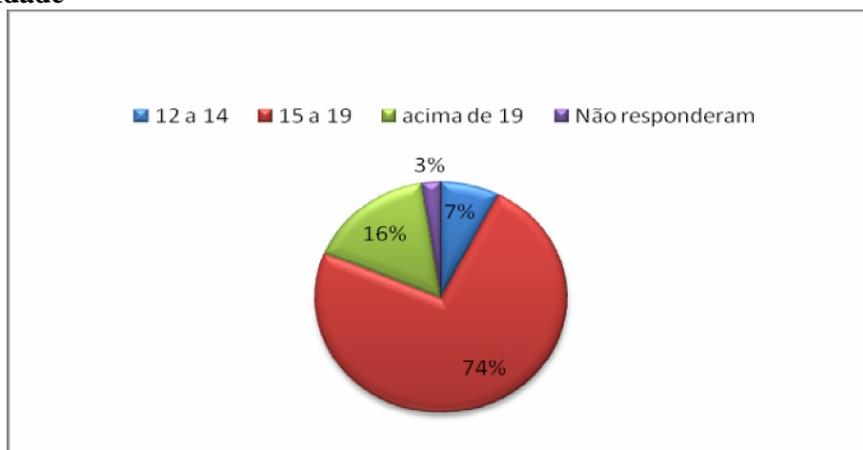
- Coleta de Dados – Outubro de 2008
- Análise final – Outubro de 2008

### VI. Gráficos e Análise dos Resultados:

Antes de apresentar os resultados e discutir sobre que tipo de avaliação os jovens pesquisados fazem da programação televisiva local, é importante ressaltar que há vários outros discursos opostos a essa programação; todavia, a favor ou contra, porém as reflexões apresentadas neste texto não são para promover a TV aqui tratada -TV Integração- tão quanto para desfavorecê-la, o propósito desta comunicação é exclusivamente, abrir discussões para melhorias.

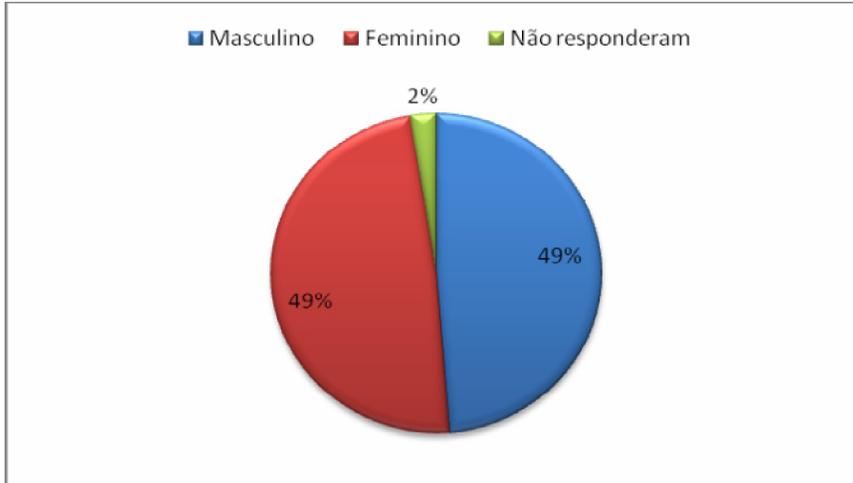
### VII. Tabulação

#### 1. Idade

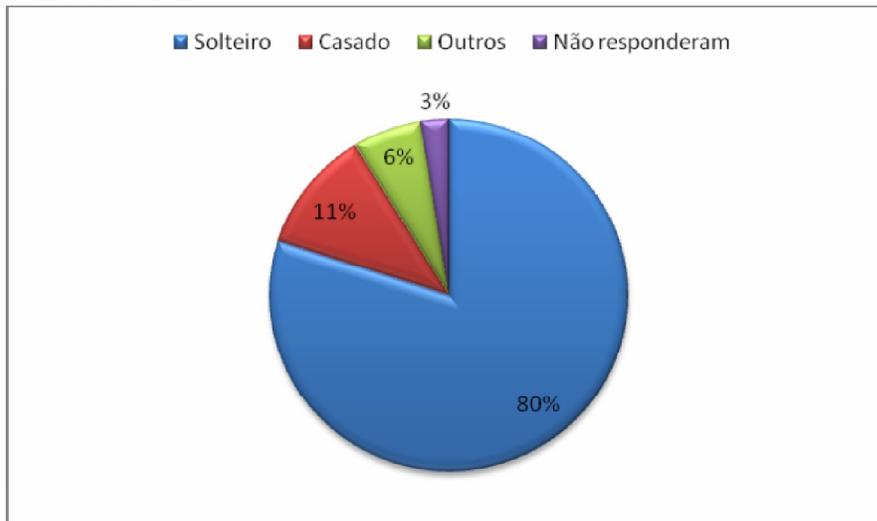




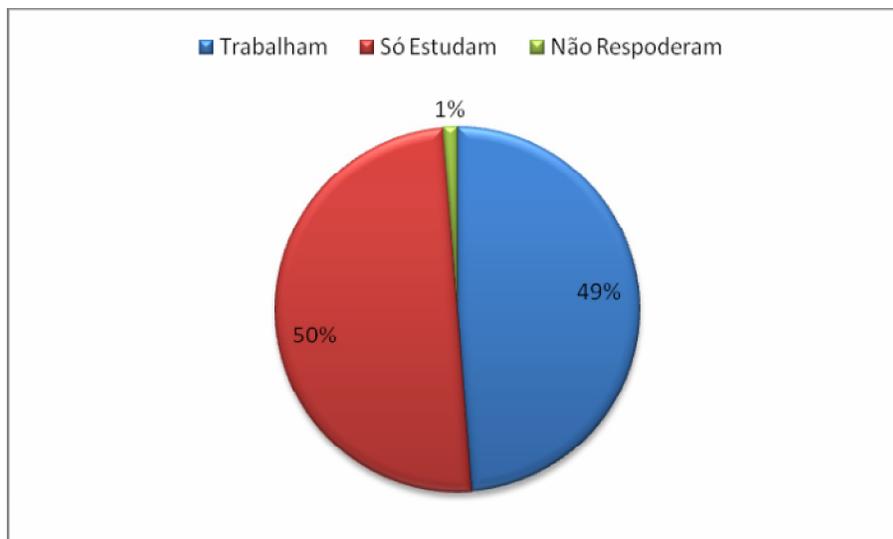
## 2. Sexo



## 3. Estado Civil



## 4. Atividade





## 5. Profissão

Profissão	Quantidade	Porcentagem
Não responderam	27	33,75%
Estudante	22	27,5%
Vendedor	7	8,75%
Mecânicos	3	3,75%
Auxiliar Administrativo	3	3,75%
Secretária	3	3,75%
Caixa	2	2,5%
Analista	1	1,25%
Balconista	1	1,25%
Jogador	1	1,25%
Estagiária	1	1,25%
Monitora Infantil	1	1,25%
Funcionário Público	1	1,25%
Gerente	1	1,25%
Costureira	1	1,25%
Gari	1	1,25%
Auxiliar de Almojarifado	1	1,25%
Sapateiro	1	1,25%
Serviços Gerais	1	1,25%
Balanceteiro Rodoviário	1	1,25%

## 6- Escolaridade

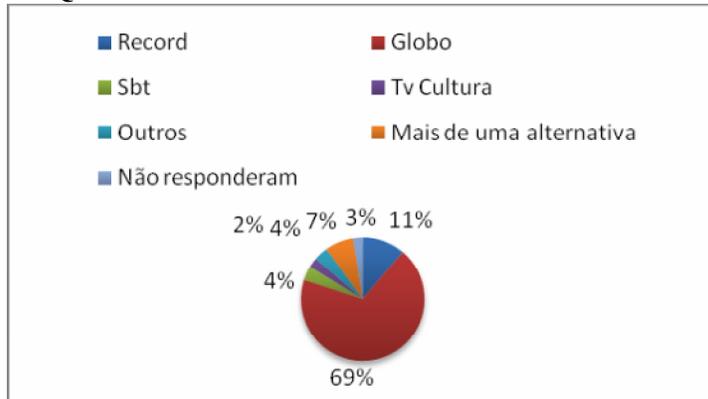


## 7 – Assiste TV?





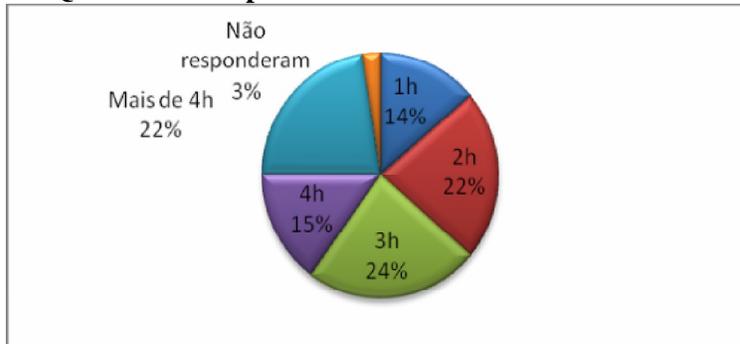
### 8 – Qual canal você mais assiste?



### 9 - Tem acesso à TV paga?



### 10. Quantas horas por dia você assiste TV?



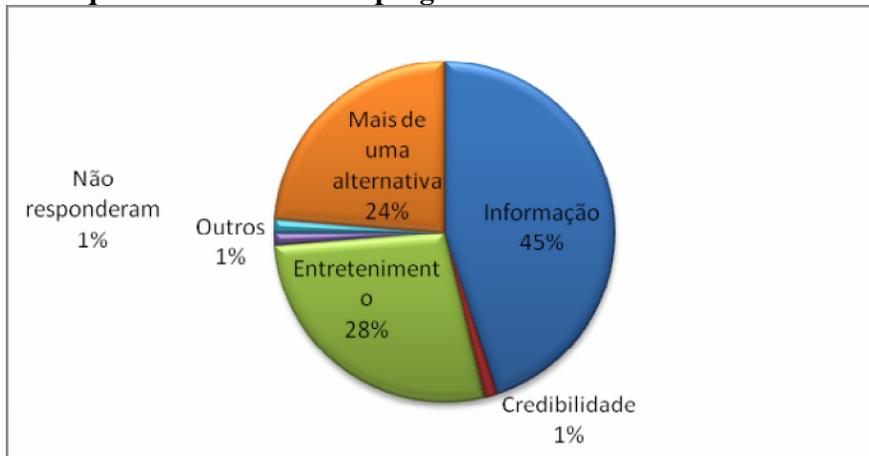
### 11. Qual seu programa preferido?

Programa	Quantidade	Porcentagem
Telejornal	23	28,75%
Não responderam	13	16,25%
Novelas	12	15%
Pânico na TV	4	5%
Caldeirão do Hulk	3	3,75%
Filmes	3	3,75%
Toma Lá Dá Cá	2	2,5%
Zorra Total	2	2,5%
Pica Pau	2	2,5%
O Melhor do Brasil	2	2,5%



Vivendo e Aprendendo	1	1,25%
Vídeo Show	1	1,25%
Futebol	1	1,25%
Bom Dia e Cia	1	1,25%
MTV	1	1,25%
Altas Horas	1	1,25%
Programa do Jô	1	1,25%
Hoje em Dia	1	1,25%
MTV na Rua	1	1,25%
Turma do Didi	1	1,25%
Ídolos	1	1,25%
Chaves	1	1,25%
Pokémon	1	1,25%
Todo mundo odeia o Chris	1	1,25%

### 12. O que você busca em um programa de TV?



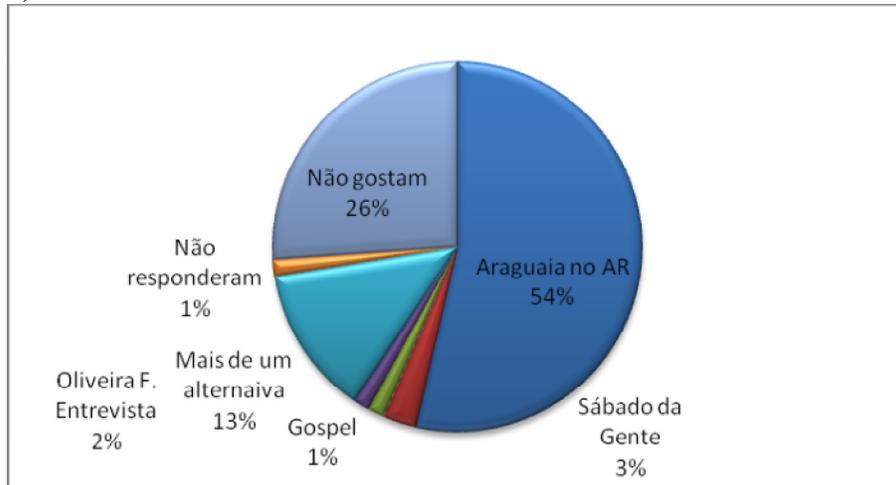
### 13. Você assiste aos programas da TV local? Caso SIM, qual?

a)





b)



**14. Você prefere um programa Local ou um programa Nacional?**



**15. Deveria mudar algo na programação local?**



**16- Do que você gosta na programação da TV Local?**

Quatro Respostas mais freqüentes
Nada
Notícias Locais
Propagandas
Clips e Músicas



### **17- Do que você não gosta na programação da TV Local?**

<b>Quatro Respostas mais freqüentes</b>
Deveria ter menos repetições
Deveria ter mais entretenimento
Deveria atrair mais os telespectadores
Deveria ter menos propagandas

### **18 – Deveria mudar algo na programação Local? Caso SIM, o que?**

<b>Quatro Respostas mais freqüentes</b>
Tudo
Apresentadores
Menos informações vinculadas ao poder político local
Programação para o público jovem

#### **Análises dos gráficos:**

Após o levantamento de dados da pesquisa, conclui-se que o público alvo dessa amostra foi dividido igualmente entre sexo masculino e feminino, são solteiros, e a grande maioria está cursando o ensino médio, com idade entre 15-19 anos.

Direcionando a pesquisa para o setor televisivo, quase que por unanimidade responderam assistir TV (94%), quanto ao canal que mais assistem em primeiro lugar ficou a Rede Globo, seguida da Record.

A minoria tem acesso a TV paga, 24% do público alvo assistem TV durante 3 horas diariamente, seguidos de quem assiste 2 horas e mais de 4 horas.

Os programas televisivos de preferência escolhidos foram, respectivamente, os telejornais, novelas e Pânico na TV. O que o público mais procura em um programa de TV é a informação (45%) e entretenimento com (28%).

A maior parcela de respostas foi favorável quanto assistirem aos programas locais (63%), Araguaia no AR é o programa mais assistido (54%), em seguida 26% responderam não gostar dos programas e 3% assistem ao Sábado da Gente.

A maioria prefere um programa de rede nacional e 80% alegaram precisar mudar algo na programação local.

As reflexões deste texto sobre a relação do jovem com a televisão foram baseadas também na opinião do jovem sobre a TV local, como eles veem este meio, quais suas queixas, o que consideram positivo e negativo na programação televisiva local.

A pesquisa procurou verificar qual a importância que os jovens atribuem à TV local, a partir do processo de pesquisa e escuta pôde-se formular dados para a discussão do problema estudado.



## Primeiras Conclusões

As preliminares desta pesquisa apontam que o público adolescente prefere programas de conteúdo fácil, com dinâmicas que inclui humor e música.

A televisão é um meio de comunicação constituído por concessões públicas de um bem coletivo: ondas que percorrem o ar. [...] O essencial na TV são as ondas, que não pertencem ao dono da empresa, nem ao Estado, mas à sociedade. A televisão não pode escolher seu público e, por isso, aquilo que ela mostra tem de estar em condições de atingir a todos [...] (BEZERRA, 1999: 79).

Martín-Barbero adverte que os programas de TV devem respeitar os modos de organização da clientela. Isso significa reconhecer a fragmentação apontada por ele, estabelecendo tipos de telespectadores, diferenciados pelo *status*, idade, sexo, profissão, organizados no tempo e no espaço de acordo com seu meio social, inseridos num determinado contexto de valores.

O gênero na TV precisa estar em sintonia com as fragmentações, com o gosto popular e com as necessidades do telespectador. A televisão atende às demandas de consumo, caso contrário não sobreviveria, pois o consumo é sua base de sustentação financeira, na medida em que a maior parte de seu faturamento provém das verbas publicitárias de veiculação.

Rosa Maria Bueno Fischer (2005) considera que, a TV, por ser presença constante na vida de todos, é objeto permanente de críticas e de reflexão. As críticas aos produtos de TV partem tanto de intelectuais, quanto de outros sujeitos, inclusive dos jovens.

Para os que anseiam por novos modelos de programa de TV que agradem o grande público, aqui estão duas frases que detêm conceitos poderosos, ditas por profissionais de TV que lidam diariamente com a questão TV e cidadania: "[...] percebemos que é importante não só a comunidade se ver, mas também produzir [...]" e "A identificação é o melhor trunfo [...]".

Dois Workshops de Produção foram realizados em 1997 na Escola de Estudos de Comunicação, em Cingapura, para provar que os mais jovens são capazes de produzir seus próprios programas de televisão. O objetivo era desenvolver e avaliar um modelo de produção de TV feito por e para adolescentes.

"A TV feita por adolescentes, e para adolescentes" é um estudo relativamente recente na pesquisa e prática da mídia. Há um número pequeno, mas crescente, de exemplos de envolvimento de crianças e jovens no processo de produção de vários meios de comunicação. Contudo, casos de programas de TV inteiramente feitos por adolescentes em base contínua são poucos e tendem a se concentrar nos Estados Unidos.



O objetivo da formulação de um modelo de produção foi tentar prover uma estrutura sistemática e abrangente para ensinar os adolescentes a produzir seus próprios programas de TV com um mínimo de envolvimento dos adultos, de forma que possam ter voz através da televisão.

Wilson da Costa Bueno, em sua tese de mestrado, constata que a mídia local, em especial, a do interior de São Paulo não tem outra vinculação com a comunidade, senão a de que circula naquele determinado espaço geográfico. Comprometida com o poder político local e editada por pessoas idosas, a imprensa do interior paulista representa um empreendimento personalista de seus proprietários.

Há uma tendência também à criação de redes regionais, vinculadas aos poderes políticos locais, que retransmitem as grandes redes nacionais e valorizam o jornalismo local como uma forma de fortalecimento dos pólos de poder.

### **Referências Bibliográficas**

ABREU, Aroldo José Pinto; LOPES, Fábio Alves. *Representações sociais em comunicação: fragmentos de história em histórias* - São Paulo: Ed. Arte e Ciência, 2007.

BEZERRA, Wagner. *Manual do telespectador insatisfeito*. São Paulo: Summus, 1999.

CARLSSON, Ulla; VON, Cecilia Feilitzen. *A criança e a mídia: imagem, educação, participação* - São Paulo: Cortez; Brasília, DF: UNESCO, 2002.

KOTLER, P. *Administração de Marketing*. 12 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

MELO, José Marques. *Opinião, Desenvolvimento*. Rio de Janeiro: Vozes, 1971.  
\_\_\_\_\_. *Teoria do jornalismo: identidades brasileiras*. São Paulo: Paulus, 2006.

NAGAMINI, Eliana. *Literatura, televisão, escola: estratégias para leitura de adaptações*. São Paulo: Cortez, 2004.

NOVAES, Adalto. *Rede Imaginária: televisão e democracia*. São Paulo: Companhia das Letras, Secretaria Municipal de Cultura, 1991.



## **Anexo 1:**

### **Modelo do Questionário**

1. Idade: ( ) 12 -14 ( ) 15-19 ( ) acima de 19

2. Sexo: ( ) Masculino ( ) Feminino

3. Estado Civil: ( ) solteiro ( ) casado ( ) outros

4. Escolaridade (série) \_\_\_\_\_

5. Atividade: ( ) Trabalha ( ) Só estuda

6. Profissão \_\_\_\_\_

7. Você assiste TV? ( ) Sim ( ) Não

Caso NÃO, justifique: \_\_\_\_\_

8. Qual canal você mais assiste?

( ) Record ( ) Globo ( ) SBT ( ) Rede TV ( ) TV Cultura

( ) Outros \_\_\_\_\_

9. Tem acesso à TV paga? ( ) Sim ( ) Não

10. Quantas horas por dia você assiste TV? ( ) 1h ( ) 2h ( ) 3h ( ) 4h ( ) Mais de 4h

11. Qual seu programa preferido? \_\_\_\_\_

12. O que você busca em um programa de TV?

( ) Informação ( ) Credibilidade ( ) Sensacionalismo ( ) Entretenimento

( ) Ética ( ) Outros \_\_\_\_\_

13. Qual dessas características acima você assimila aos programas araguienses?

\_\_\_\_\_

14. Você assiste aos programas da TV local? ( ) Sim ( ) Não

Caso SIM, qual? ( ) Araguaia no AR ( ) Sábado da Gente ( ) Oliveira F. Entrevista

( ) Gospel

Se NÃO, justifique: \_\_\_\_\_

15. O que você prefere?

( ) Um programa nacional ( ) Um programa local

Por que? \_\_\_\_\_

16. Do que você gosta na programação da TV Local?

\_\_\_\_\_

17. Do que você não gosta na programação da TV Local?

\_\_\_\_\_

18. Deveria mudar algo na programação local?

( ) Sim ( ) Não

Caso SIM, justifique: \_\_\_\_\_

This document was created with Win2PDF available at <http://www.win2pdf.com>.  
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.  
This page will not be added after purchasing Win2PDF.