

Puxar para trás: Telespectadores e memória

Laura Sofia Rosa Quitério

Dissertação de Mestrado em
Ciências da Comunicação, Cinema e Televisão

Versão corrigida e melhorada após a sua defesa pública

Julho, 2024

Dissertação apresentada para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Ciências da Comunicação, Cinema e Televisão realizada sob a orientação científica de Maria Irene Ângelo Aparício Veríssimo e a coorientação de Luís Filipe Silva Gouveia Monteiro

*“Pode haver memória e inteligência sem amor, mas não pode haver amor sem
memória e inteligência.”*

Jacques Le Goff

Agradecimentos

Aos meus pais que me ensinaram a falar com a televisão, aos meus avós pela companhia que me fizeram a ver *Rex*, *O Cão Polícia* e aos meus amigos, os que me alimentaram a obsessão por anime e os que vieram depois. Um grande obrigado à Inês Freitas por me introduzir a séries brilhantes como *Community*, entre outras. Obrigada à Laura Aires, à Lílian Lopes e à Catarina Viegas, por serem as minhas Carrie, Miranda, Charlotte e Samantha (não necessariamente por esta ordem), nesta nossa versão do *Sex and the City*. Sem vocês todos, este trabalho não seria o que é, pois seria sobre outro tema qualquer.

À Professora Maria Irene Aparício por fazer parte deste percurso académico e por todo o apoio prestado. Por fim, agradeço imenso ao Professor Luís Gouveia Monteiro pela partilha de conhecimento sobre o mundo da televisão e dos telespectadores.

Muito obrigada a todas as pessoas que fizeram parte deste capítulo da minha vida, pela vossa paciência interminável e por todo o apoio que me deram.

Puxar para trás: Telespectadores e memória

Laura Sofia Rosa Quitério

RESUMO

Ao considerar a relevância cultural da televisão em Portugal, é proposto um estudo da representação deste meio de comunicação na memória coletiva e na construção da memória dos telespectadores em relação à televisão portuguesa. Com recurso a um inquérito e através de métodos de amostragem por conveniência e por bola de neve, foi possível analisar e categorizar hábitos e preferências de consumo de programas televisivos, assim como hábitos de socialização relacionados com programas de televisão e rituais estimuladores da memória em relação aos programas de televisão. Os resultados do estudo dão a conhecer como se forma e mantém a memória dos telespectadores, enquanto a define como diversa e em constante mutação.

PALAVRAS-CHAVE: Memória, Televisão, Streaming

Rewind it: Television viewer and memory

Laura Sofia Rosa Quitério

ABSTRACT

When considering the cultural relevance of television in Portugal, an analysis of its representation in its collective memory and in the spectators' memory, and how said memory is formed, is proposed. Via a survey it was possible to analyse and categorise television programmes preferences and consumption habits, as well as socialization practices related to television viewing and to memory constituting rituals using convenience and snowball sampling methods. The study's results make it known how said memory is made and how it's kept, while defining it as diverse and alive.

KEYWORDS: Memory, Television, Streaming

Índice

Introdução.....	1
Capítulo I – A televisão em Portugal	6
1. História e panorama atual.....	6
2. A interatividade seletiva.....	10
3. A televisão e o público	16
Capítulo II – Memória, Sociedade e Televisão	25
1. A Memória e como funciona	25
2. A Memória na sociedade	28
3. A Memória e os media	31
Capítulo III – A memória e os telespectadores	38
1. O estudo da memória dos telespectadores	38
2. Metodologia do estudo e da análise de resultados	42
3. Análise de resultados	44
Conclusão	73
Referências Bibliográficas.....	80
Anexos	88
Lista de Figuras	88
Lista de Tabelas	90
Apêndice A: Questionário.....	131
Apêndice B: Respostas ao Questionário	137

Lista de Abreviaturas

RTP – Rádio e Televisão de Portugal

SIC – Sociedade Independente de Comunicação

TVI – Televisão Independente

VCR – Video Cassette Recorder (Gravador de cassetes de vídeo)

DVR – Digital Video Recorder (Gravador de vídeo digital)

VHS – Video Home System (Sistema doméstico de vídeo)

DVD – Digital Versatile Disc (Disco digital versátil)

VoD – Video on Demand (Vídeo a pedido)

APMP – Associação para a Promoção do Multimédia e da Sociedade Digital

HDTV – High-definition television (Televisão de alta-definição)

ISDN – Integrated Services Digital Network (Rede digital de serviços integrados)

Introdução

It has often been said that every age is dominated by a privileged form, or genre, which seems by its structure the fittest to express its secret truths;

(Frederic Jameson)

Quando se tem a televisão em consideração como um objeto doméstico, no sentido em que é um aparelho que pertence à esfera do lar, podemos afirmar que a “(...) televisão é entendida como parte de uma rede material de memória como de um sistema comum de criação de memórias dentro e relacionadas à casa e à família.”¹ (Holdsworth, 2011, p. 3) Paralelo a este sentimento da televisão como criadora de memórias, existe a televisão como o meio de comunicação preferido, posição que é de certo modo ameaçada pelo modo de funcionamento do media em questão, como explica Holdsworth (2011).

Fear that television, the professed medium par excellence for the production of vanishing acts, will itself inevitably disappear might be seen to lead towards an increased obsession with television memory and the nostalgia for television past. Anxieties about television and even television studies, therefore, might be seen to run parallel to present anxieties regarding history and memory in general. (Holdsworth, 2011, p. 4)

Ao definir e caracterizar o funcionamento da memória, tanto como um processo mental, como um fenómeno social, é possível descobrir como a memória é aplicada socialmente à história individual e partilhada de um grupo. Neste caso, a memória estudada será relativa à televisão como meio de comunicação e objeto que promove a socialização da sua audiência. Neste contexto, se considerarmos alguns aspectos da teoria da consciência de Chalmers como válidos, é possível observar a participação dos telespectadores em “experiências conscientes”² (Chalmers, 1996, p. 6) que envolvem

¹ Original, “(...) television is understood as part of both a material network of memory and a system of everyday memory-making within and in relation to the home and the family.” (Holdsworth, 2011, p. 3)

² Original “conscious experiences” (Chalmers, 1996, p. 6)

vários tipos como as que Chalmers (1996) identifica como experiências visuais, experiências auditivas, as imagens mentais, o pensamento consciente e as emoções. Estas experiências são subjetivas e como tal, existem para quantificar os problemas da consciência (Chalmers, 2010, p. 38). Segundo o autor, a “(...) experiência consciente é necessária para acreditar verdadeiramente, e talvez seja até necessária uma experiência consciente específica para acreditar verdadeiramente numa proposição específica.”³ (Chalmers, 1996, p. 20) No entanto, qualquer definição de consciência é travada pela questão da experiência em si, pois esta é sempre subjetiva. “O verdadeiro problema da consciência é o problema da *experiência*. Quando pensamos e consideramos, existe um agitação devido ao processamento da informação, mas existe também um aspecto subjetivo.”⁴ (Chalmers, 2010, p. 5) Da mesma forma que quando os programas de televisão populares atingem um patamar de importância na memória de cada pessoa, residem neles valores e características distintas cuja individualidade converge no tecido da sociedade em geral. Jameson (1991), igualmente, refere que “(...) cada época é dominada por uma forma ou género privilegiados, (...)” (Jameson, 1991, p. 67) cuja estrutura pode ser utilizada para decifrar a verdade da sociedade da época que preferiu esse género.

Quando Bernard Stiegler fala de tecnologia como uma ferramenta inerente ao ser humano, no filme *The Ister* (Barison & Ross, 2004), menciona como a criação da câmara de filmar é um momento em que se torna possível a transmissão de memórias pessoais às gerações futuras, pois permite ao utilizador gravar momentos para mais tarde partilhar com outras pessoas ao mesmo tempo que se formam grupos sociais através dessa partilha,

(...) when the living being dies, all the experiences it has accumulated individually are lost by the species. In contrast, after technics appears, very limited transmission is made possible, of vital acts, of tool fabrication. And then increasingly vast dimensions of memory develop, dimensions of memory which

³ Original, “(...) conscious experience is required for truly believing, and perhaps even on which a specific sort of conscious experience is required for truly believing a specific proposition.” (Chalmers, 1996, p. 20)

⁴ Original, “The really hard problem of consciousness is the problem of *experience*. When we think and perceive, there is a whirl of information processing, but there is also a subjective aspect.” (Chalmers, 2010, p. 5)

through technics become transmissible from generation to generation. And that camera which is recording me now is a system of memorisation: the latest development, the latest avatar of a system which begins with the first carved flint, and which allows life to preserve the trace of its individual experience, and to transmit that trace between generations. That is the appearance of what we call culture. And obviously this is also the beginning of the possibility of conserving the past of a social group, through 'supports', supports of all kinds. (Barison & Ross, 2004)

Os avanços das tecnologias de difusão dos media também colocam em dúvida o funcionamento dos vários tipos de memória, como a memória cultural e o próprio funcionamento da memória comemorativa. Taurino (2019) menciona que a convergência entre a televisão e a internet está a levar a este acordar da nostalgia televisiva, através de um "(...) ambiente tecnologicamente mais amplo que permite ao conteúdo televisivo mais interconexão e serialização, através do espaço – seja este ficcional, virtual ou real – mas também através do tempo, (...)" (Taurino, 2019, p. 9). Aqui, existe um diálogo contínuo entre os media do passado e os do presente, de acordo com Taurino (2019). Também Steyerl (2009) menciona a relação entre a tecnologia de imagem digital e a imagem analógica quando fala da "imagem pobre"⁵ – o sentido em que é uma imagem em oposição de qualidade das imagens que circulam no presente – que cria um circuito paralelo de distribuição de imagens com origem em suportes mais antigos que vai ser descoberto por um público que procura uma conexão com o passado.

The poor image thus constructs anonymous global networks just as it creates a shared history. It builds alliances as it travels, provokes translation or mistranslation, and creates new publics and debates. By losing its visual substance it recovers some of its political punch and creates a new aura around it. (Steyerl, 2009, p. 8)

Para Lozano, esta questão dos media do passado está diretamente ligada com a memória coletiva quando afirma que a "memória televisiva é sempre conectada a um passado televisivo partilhado socialmente, mas que pode ser manifestado de várias

⁵ "Poor image" (Steyerl, 2009), no original.

maneiras, tanto coletivamente como individualmente.”⁶ (Lozano, 2013, p. 131) Os canais de televisão contribuem para a formação da memória coletiva, através da programação repetida, de remakes e da disponibilização de programas em plataformas de streaming (Lozano, 2013). “Estes tipos de estratégias apelam à curiosidade e emoção da audiência, ao levar a uma viagem nostálgica pelas suas lembranças da TV, o que pode ser considerado um dos fatores contributivos para a memória coletiva televisiva da geração atual.”⁷ (Lozano, 2013, p. 131) Este ponto de vista torna-se mais claro quando se encara a televisão como história.

If we subscribe to the fact that history is inextricably linked to memory and memory—individual, collective, social—is more and more a function of media, than what one sees on television—as history—is enormously potent as a conveyor of the past. (Moss, 2008, p. 146)

Com estes pontos de vista em consideração, é possível proceder ao estudo da memória de um grupo de telespectadores ao colocar as seguintes questões de partida: Quais são as categorias de programas que constituem uma memória partilhada pelos telespectadores? E, como é que os rituais comemorativos de programas favoritos e os hábitos de socialização dos telespectadores, enformam essa memória? Para tal é necessário contextualizar a história da televisão como meio de comunicação em Portugal, que é o tema do primeiro capítulo, mas também de introduzir as mudanças tecnológicas da radiodifusão e caracterizar a relação entre a televisão e o público.

O segundo capítulo abrange o tema da memória, da forma mais literal, ou seja, como ocorre e como se processa, e da forma mais figurativa sobre o que significa para a sociedade, como se pode manifestar socialmente, mas também a importância da memória como conceito e como fenómeno para os media. A importância de todas estas interações entre memória, sociedade e meios de comunicação, formam a base para interpretar os resultados do questionário que é o tema principal do terceiro e último

⁶ Original, “Television memory is always linked to a socially-shared televisual past, but can be manifested in a variety of ways, collective as well as individual.” (Lozano, 2013, p. 131)

⁷ Original, “These types of programming appeal to viewers’ curiosity and emotions by taking them on a nostalgic journey through their own recollections of TV and can be considered key contributory factors in the generation of today’s collective television memory.” (Lozano, 2013, p. 131)

capítulo. O questionário intitulado “A memória coletiva dos telespectadores”, será o fio condutor da pesquisa sobre a memória coletiva do universo da televisão portuguesa que será caracterizada pelas respostas ao questionário. Deste modo, será possível proceder a um exercício sobre a subjetividade do processo da construção de uma memória partilhada dos telespectadores, com base nas memórias individuais dos mesmos.

Nora (1993) define a memória da seguinte forma, “(...) é, por natureza, múltipla e desacelerada, coletiva, plural e individualizada.” (Nora, 1993, p. 9) A televisão, dentro deste estudo como principal objeto de foco, pode ajudar a afunilar a definição de memória, nem que seja por coincidir com esta faceta da memória, “porque é afetiva e mágica, a memória não se acomoda a detalhes que a confortam; ela se alimenta de lembranças vagas, telescópicas, globais ou flutuantes, particulares ou simbólicas, sensível a todas as transferências, cenas, censura ou projeções.” (Nora, 1993, p. 9) Uma vez que o elo entre a memória e a televisão é a consciência, pois a memória pode ser construída a partir de experiências que a televisão concede, a lógica convida a uma investigação sobre como estes dois fatores se formam dentro de um grupo de pessoas.

Capítulo I – A televisão em Portugal

The nature of the amusement television offers us, and of the affects it produces in us, is independent of the fact that the light derives from the apparatus.

(Jacques Rancière)

1. História e panorama atual

Quando levamos em consideração a curta história da televisão portuguesa, uma vez que o primeiro canal de televisão, a RTP fez a sua primeira emissão há 67 anos, no dia 7 de março de 1957 e que apenas 35 anos depois em “(...) 1992 surge o primeiro canal privado em Portugal, a Sociedade Independente de Comunicação (SIC) e em 1993 surge a Televisão Independente (TVI)” (Carvalho, 2016, p. 9), pode parecer um curto espaço de tempo para que um media que viveu três décadas e meia em prol de um “monopólio”, como refere Pereira (2015), ser capaz de marcar as memórias dos seus telespectadores de uma forma significativa. Esta forma significativa entende-se como uma memória que seja coerente através de um número de pessoas e cujos motivos sejam semelhantes entre as pessoas a que as memórias são pertencentes, pois afinal, “a televisão é para a vida moderna o que era o sino para a aldeia, o *angelus* da civilização industrial, mas portador de uma palavra imprevista;” (Nora, 1977, p. 248)

Apesar da história da televisão não ser ainda centenária tem sido diversa no que diz respeito aos avanços tecnológicos, especialmente quando consideramos aqueles que afetam diretamente o suporte deste media e a forma como se vê televisão, como é a internet e o streaming⁸. Sobre este fenómeno, Carvalho (2016) defende que,

a rádio, a televisão e a imprensa começaram a marcar a sua presença no online tentando, de certa forma, incentivar o telespectador ao seu consumo, quase como se autopromovessem o seu conteúdo e, ao mesmo tempo, tentassem

⁸ Definição segundo o Dicionário da Língua Portuguesa da Academia das Ciências de Lisboa: “tecnologia que permite rececionar conteúdos online em transmissão contínua”.

“streaming”, in Dicionário da Língua Portuguesa. Academia das Ciências de Lisboa. Disponível em <https://dicionario.acad-ciencias.pt/pesquisa/?word=streaming> [consultado em 29/04/2024]

chegar ao telespectador que já se tinha convertido a outras formas de consumir informação. (p. 5)

No entanto, esta presença no online também pode ser entendida como escreve Nora, quando declara que a televisão “(...) é para as massas a forma mais moderna, e geralmente a única de que dispõem, de viver a história contemporânea.” (Nora, 1977, p. 248) Estabelecemos então, uma relação entre a televisão e o telespectador, um tema também abordado por Galinha (2019) quando fala da modernização da televisão portuguesa a partir dos anos 70.

Foi essencialmente durante a década de 70 do século XX que se iniciou um interesse, com um olhar novo, sobre o espectador como parte de um programa e como parte de uma audiência televisiva originando, para os dias atuais, um novo tipo de público. (Galinha, 2019, p. 9)

Um pouco antes, em 1968, surge o segundo canal da RTP, mais especificamente a “(...) 25 de dezembro de 1968 (...)” (Sobral, 2012, p. 146). Galinha partilha então a opinião de Sobral sobre um novo tipo de audiência através da diversificação da oferta televisiva em Portugal.

Numa altura em que a RTP ainda beneficiava da sua presença hegemónica, começaram a surgir em Portugal ecos europeus de necessidade de diversificação da oferta televisiva vindos de países onde predominavam as televisões estatais e onde os gostos se tornavam mais variados. (Sobral, 2012, p. 147)

Sobral (2012) menciona também um momento importante no avanço tecnológico televisivo em Portugal que é “(...) o lançamento da televisão por cabo, cujas emissões experimentais tiveram início em 1994, (...)” que segundo a autora permitiu “(...) aumentar a oferta de serviços de televisão em território nacional.” (Sobral, 2012, p. 148) Para Carvalho (2016) é nesta altura que se abre uma guerra de audiências na indústria e como tal, “isso trouxe também as grelhas centradas na concorrência, enquanto as estações rivais lutavam por quem tinha o maior número de audiências.” (Carvalho, 2016, p. 10) Esta tentativa de conquistar audiências traduziu-se na aposta em “(...) grelhas direcionadas para o prime-time e pela aposta em telenovelas portuguesas.” (Carvalho, 2016, p. 10) No entanto, não foram só as telenovelas o formato número um do prime-

time, “em termos de programação generalista, os anos 90 do século XX são marcados por espaços informativos, concursos, comédias televisivas, entretenimento, séries e telenovelas.” (Sobral, 2012, p. 148) Outro aspecto da programação televisiva é que esta pode ser de fluxo ou de stock, como explica Hugo Andrade em entrevista a Pereira.

Segundo Hugo Andrade, os conteúdos de fluxo são, por exemplo, os programas de daytime e os noticiários, aqueles programas em que o espectador consome no dia e não volta a rever. Já os de stock são os que a empresa consegue rentabilizar a um maior prazo, como é o caso da ficção, documentários e programas infantis. (Pereira, 2015, p. xviii)

Segundo Jost (1998), a divisão da programação televisiva é algo que sempre existiu e que contribui em grande parte para segmentar o público televisivo com o recurso à ordem específica pela qual um canal de televisão procede à emissão diária. O que resulta na divisão do público em prol do programa que é visto – entre os telespectadores que se querem divertir e aqueles que se querem cultivar – que para Jost (1998) é um obstáculo à categorização das emoções geradas no telespectador por um género em específico.

It is true that the categorization of these reactions is confronted with numerous obstacles: either one compares two publics, one which wants to be entertained and one which wants to be cultured (i.e. to be bored), or one pretends that there is one public only and hence 'all public' (family viewing) programmes are intended for it (...). (Jost & Libbrecht, 1998, pp. 114-115)

Também Rancière (2019) ao falar sobre a televisão⁹, menciona o efeito que produz no telespectador, enquanto coloca a tecnologia e de como funciona o aparelho em segundo plano. No entanto, não podemos desconsiderar os avanços tecnológicos que permitiram alargar a oferta televisiva em Portugal, ao fazer com que a programação generalista sofresse também ela um avanço e mais importante, talvez, uma diversificação temática, como defende Sobral (2012). Para além de diversificarem a escolha de programação para o telespectador, a televisão por cabo e outras tecnologias,

⁹ “The nature of the amusement television offers us, and of the affects it produces in us, is independent of the fact that the light derives from the apparatus.” (Rancière, 2019)

como o VCR e o DVR, abriram as portas para uma nova maneira de ver os conteúdos emitidos pelas estações televisivas. A oferta de canais temáticos disponibilizados pela televisão por cabo faz com que, “neste contexto, surgem as séries televisivas que se adaptam ao ritmo de vida e às preferências das audiências e criam hábitos de consumo devido à regularidade com que são transmitidas.” (Guerreiro, 2016, p. 56)

Kompare (2005), sobre estes tipos de tecnologias, diz que “(...) são reconcepções, que alteram profundamente a nossa relação com as instituições mediáticas dominantes e com a cultura dos media em geral.”¹⁰ (Kompare, 2005, p. 199) Neste contexto de tecnologias que alteram a relação do telespectador com o media, surgem as plataformas de streaming que podem ser vistas através de dispositivos portáteis como um telemóvel do tipo smartphone ou um tablet, que também alteram o conceito mais tradicional da televisão ao adicionar esta possibilidade da portabilidade.

Para além das tecnologias até então mencionadas, também se tornou popular a venda de episódios de séries e de outros programas televisivos, como documentários, em VHS e, mais tarde, em DVD ou Blu-ray. Gorton (2009) menciona esta prática da indústria como algo fomentador de novas maneiras de ver conteúdo, “(...) particularmente com o consumo de box sets em DVD, que começaram a fazer fãs de muitos de nós.”¹¹ (Gorton, 2009, p. 35) Uma destas novas maneiras de ver conteúdo de que fala Gorton (2009) é a visualização repetida, também conhecida como ‘binge watching’ bastante popularizada pelos novos suportes, desde o lançamento do VHS. Segundo Sung et al. (2018) o “(...) binge watching significa a prática comportamental de ver vários episódios de um programa de televisão de seguida.”¹² (Sung et al., 2018, p. 409) Todo este avanço tecnológico não seria alcançado se a televisão não fosse tão popular entre a sua audiência. Schwaab (2013) explica as razões para a televisão como objeto ser tão popular e manter-se tão popular,

¹⁰ Original, “(...) they are reconceptions, profoundly altering our relationship with dominant media institutions, and with media culture in general.” (Kompare, 2005, p. 199)

¹¹ Original, “(...) new viewing practices, particularly the consumption of DVD box sets, has started to make a fan of many of us.” (Gorton, 2009, p. 35)

¹² Original, “(...) binge watching signifies the behavioral practice of watching multiple episodes of a television program in rapid succession.” (Sung et al., 2018, p. 409)

television finds its place at home, within the daily routines of those inhabiting this space. It is not an art form that affords much investment: we do not dress up for it. Television is simply always there and connects us with a steady flow of images; we do not have to go to a specific place to watch television. (Schwaab, 2013, p. 26)

A simplicidade e baixa manutenção da relação que é estabelecida entre o telespectador e a televisão, que se conforma tão bem à rotina do lar e o baixo investimento necessário são as razões que Schwaab (2013) indica para a popularidade da televisão. Outro fator, é também a qualidade e a quantidade dos programas televisivos.

We are often surprised, challenged but also irritated by television. It does not mean that within a vast variety of banal television programmes hides the one programme that rewards all the dull moments spent watching television. The extraordinariness of some moments or of some programmes is allied with the ordinariness of television. (Schwaab, 2013, p. 26)

Schwaab (2013) considera a capacidade da televisão de suscitar e produzir as mais variadas emoções nos telespectadores uma mais-valia do media aqui em foco. Mesmo quando a programação é mais desinteressante, Schwaab (2013) considera que existe para equilibrar os momentos mais brilhantes da programação televisiva. Atualmente, esta popularidade é facilmente mantida principalmente quando a televisão também nos chega pelo telemóvel, através de aplicações dedicadas para o efeito.

2. A interatividade seletiva

Sobre a tecnologia televisiva atual Spigel diz que «neste contexto multimédia/multi-imagem, as audiências estão a aprender novos “protocolos de visualização” que lhes permitem interpretar imagens televisivas em relação a materiais de texto encontrados na internet e/ou de partes fragmentadas de um único ecrã.»¹³

¹³ Original, «In this multimedia/multi-image context, audiences are learning new "viewing protocols" that allow them to interpret TV images in relation to the textual materials found on the Net and/or on fragmented parts of a single screen.» (Spigel, 2004, p. 6)

(Spigel, 2004, p. 6) No entanto, esta mudança não foi apenas significativa para a audiência, também a indústria da difusão televisiva se mostrou apreensiva com as tecnologias de difusão digitais. “A mudança para o digital criou ansiedades tremendas e uma série de respostas abortivas por parte das radiodifusoras, porque ameaçava muitos dos princípios mais centrais que deram lucros à indústria ao longo de várias décadas.”¹⁴ (Caldwell, 2004, p. 42) Segundo Caldwell (2004), as difusoras de conteúdo audiovisual resolveram este problema através da inclusão da publicidade nas novas tecnologias, como uma solução para a perda de lucro na passagem para o digital. Atualmente, este modelo de negócio confirma-se, pois, os serviços de streaming gratuitos como a RTP Play contêm publicidade dentro de episódios e ao início do conteúdo escolhido.

Em termos de serviços de streaming, operam em Portugal três plataformas pertencentes aos canais generalistas, uma plataforma VoD de cinema independente, a Filmin, e os restantes serviços internacionais, como a Netflix, o Prime Video, a HBO Max, a Mubi, entre outros. Para o assunto que está aqui em discussão, o foco está em apresentar brevemente as várias plataformas da RTP, SIC e TVI. A RTP Play, plataforma gratuita da RTP, foi lançada em 2011 e venceu “(...) o Prémio Nacional Multimédia da APMP nesse mesmo ano de 2011.” (Cádima, 2019, p. 101) A Opto, lançada em 24 de novembro de 2020¹⁵, é a plataforma de streaming da SIC que funciona através de subscrição para conteúdos exclusivos, com acesso livre à emissão em direto e a outros conteúdos da plataforma. Da parte da TVI, existe a plataforma TVI Player, lançada em 2015¹⁶, que permite o acesso gratuito a algum conteúdo e acesso através de subscrição ao restante conteúdo. Sobre este tipo de plataformas, Gilbert (2019) descreve-as como «os serviços de “catch-up” dos canais, muitas vezes websites que disponibilizam um certo número de episódios recentes e aplicações na televisão por cabo que

¹⁴ Original, “The shift to digital created tremendous anxieties and a series of abortive responses from broadcasters because it threatened many of the most central tenets that had made the industry profitable over several decades.” (Caldwell, 2004, p. 42)

¹⁵ Grupo IMPRESA / OPTO. (n.d.). Acedido no dia 13 de março de 2024, <https://www.impresa.pt/pt/apresentacao-do-grupo/as-nossas-marcas/2013-11-07-OPTO-e334b8db>

¹⁶ Media Capital divulga resultados do primeiro semestre de 2015 - Mediacapital. (n.d.). Acedido no dia 13 de março de 2024, <https://www.mediacapital.pt/p/493/article/4592/media-capital-divulga-resultados-do-primeiro-semester-de-2015/>

disponibilizam conteúdo de ou emitido por esses canais, evoluíram em alguns casos para “portais robustos.”»¹⁷ (Gilbert, 2019, p. 5)

Apesar de todas estas mudanças, a televisão continua a popular nos dias que correm e Sconce identifica a capacidade narrativa da televisão como a principal razão para essa popularidade.

Television, it might be said, has discovered that the cultivation of its story worlds (diegesis) is as crucial an element in its success as is storytelling. What television lacks in spectacle and narrative constraints, it makes up for in depth and duration of character relations, diegetic expansion, and audience investment. (Sconce, 2004, p. 95)

Este ponto forte da televisão, da criação de um universo de histórias profundo e complexo que se torna irresistível para o espectador, é o que faz com que a indústria se adapte tão bem às novas tecnologias da informação e da comunicação. Esta adaptação não seria possível sem a popularidade de práticas como o ‘binge watching’, que segundo McCarthy (2017) tem uma qualidade paradoxal, pois

(...) the binge emerges from the feeling that time must be segmented, even if the experience itself feels like pure flow. Binge watching is the utopian version of Raymond Williams’ concept of flow, in that it offers a televisual experience without the customary segmentation. (McCarthy, 2017, p. 119)

McCarthy (2017) explica que o paradoxo do ‘binge watching’ deve-se à criação de um novo ‘flow’ através da eliminação da segmentação, enquanto se reconhece a necessidade da segmentação do tempo, ao visualizar mais do que um episódio de uma só vez. O ‘flow’, termo criado por Williams (2003), é a experiência que a televisão oferece ao telespectador através da maneira como a grelha de um canal está organizada. Esta organização envolve os vários elementos emitidos, como programas e intervalos, quer estes sejam constituídos por informação comercial ou institucional. Também há outra razão para a popularidade de consumir vários episódios de uma vez, porque segundo

¹⁷ Original, «Network “catch-up services,” often websites that stream a limited number of recent episodes, and cable apps and sites that offer on-demand access to content owned by or aired on the respective channels, have evolved in some cases into robust portals.» (Gilbert, 2019, p. 5)

Sung et al. (2018) o “(...) binge watching deve a sua popularidade à digitalização dos media. A revolução digital recente, em conjunto com a comunicação de banda larga, alterou significativamente os nossos hábitos de ver televisão.”¹⁸ (Sung et al., 2018, p. 408) Em relação à digitalização da indústria, Caldwell menciona como mudou a maneira de receção dos programas de televisão, graças aos novos modelos de negócio concebidos com a passagem para o sinal digital.

The rhetorical shift from talking about productions as "programs" to talking about them as "content" underscores the centrality of repurposing in industrial practice. The term "content" frees programs from a year long series and network-hosted logic and suggests that programs are quantities to be drawn and quartered, deliverable on cable, shippable internationally, and streamable on the Net. (Caldwell, 2004, p. 49)

Caldwell (2004) defende que a evolução de começar a chamar conteúdo aos programas de televisão vem dos novos modelos de negócio de distribuição dos programas, de estes serem acedidos através de plataformas de streaming, e da maneira como os programas chegam a essas plataformas, por vezes mais segmentados no que diz respeito à temporada do programa ou mesmo com novas durações das temporadas, nomeadamente com menos episódios. Desta maneira, para Caldwell a televisão aproxima-se da internet pois é «eletrónica, ubíqua, não pára, e ostensivamente (como a Net) “gratuita.”»¹⁹ (Caldwell, 2004, p. 70) Esta evolução também pode ser vista como uma oportunidade de negócio para as próprias emissoras televisivas, como refere Sobral. “O facto de a televisão também estar na internet é uma oportunidade de negócio pois a multiplicação da televisão por variados tipos de ecrã potencia o seu visionamento também no formato tradicional.” (Sobral, 2012, p. 155)

Parks (2004) fala de “postbroadcasting” para enquadrar a era da mudança que a televisão enfrentou no início dos anos 2000. «Postbroadcasting então, refere-se às

¹⁸ Original, “(...) binge watching owes its popularity to media digitalization. The recent digital revolution together with broadband communication has significantly altered our TV-watching patterns.” (Sung et al., 2018, p. 408)

¹⁹ Original, «(...) television is electronic, ubiquitous, round the clock, and ostensibly (like the Net) "free."» (Caldwell, 2004, p. 70)

transformações correntes da televisão como parte de um conjunto contínuo de dificuldades históricas que se desenrolam sobre e à volta do meio e não como um subproduto da “revolução digital.”»²⁰ (Parks, 2004, p. 134) Para Uricchio esta evolução deve-se a uma “(...) convergência intensificada e à própria mudança de broadcasting para vários operadores alternativos (cabo, satélite e sistemas de VoD), o conteúdo libertou-se de uma forma de distribuição específica, dando à Internet acesso a um domínio antes exclusivo da televisão.”²¹ (Uricchio, 2004, p. 175) Enquanto que o broadcasting é “(...) um sistema historicamente consolidado na produção centralizada, na programação simultânea e na receção em massa individualizada (...)”²² (van Dijck, 2013, p. 148), por oposição surge o narrowcasting que facilmente se adequa à várias tecnologias, ao direccionar “(...) mensagens dos media a segmentos do público específicos.”²³ (van Dijck, 2013, p. 148)

Este entendimento da presente relação entre a televisão e a internet, que nos permite experienciar várias tecnologias como o serviço de televisão por cabo através de plataformas – como é o caso da aplicação MEO Go, que segundo o website descreve a aplicação como “A TV do MEO fora de casa, no tablet, smartphone e pc, sem gastar dados.”(*MEO Go a TV do MEO dentro e fora de casa | MEO*, sem data) – é na realidade uma convergência de meios. Segundo Jenkins (2006) a convergência é “(...) a corrente de conteúdo através de múltiplas plataformas de media, a cooperação entre várias indústrias dos media e o comportamento migratório das audiências que vão quase a

²⁰ Original, «Postbroadcasting, then, refers to television's current transformations as part of an ongoing set of historical struggles played out over and around the medium rather than as a byproduct of the "digital revolution."» (Parks, 2004, p. 134)

²¹ Original, “(...) intensified convergence and the television medium's ownshift from broadcasting to a variety of alternate carriers (cable, satellite, and video-on-demand systems), content has been loosened from any particular distribution form, thereby giving the Internet access to once-exclusive televisual domains.” (Uricchio, 2004, p. 175)

²² Original, “(...) broadcasting – a system historically cemented in centralized production, simultaneous programming, and individualized mass reception (...)” (van Dijck, 2013, p. 148)

²³ Original, “(...) and narrowcasting – aiming media messages at specific segments of the public.” (van Dijck, 2013, p. 148)

todo o lado à procura do tipo de entretenimento que desejam.”²⁴ (Jenkins, 2006, p. 2) A convergência não é algo que existe apenas nas plataformas ou nos media.

Convergence occurs within the brains of individual consumers and through their social interactions with others. Each of us constructs our own personal mythology from bits and fragments of information extracted from the media flow and transformed into resources through which we make sense of our everyday lives. (Jenkins, 2006, pp. 3-4)

Jenkins (2006) identifica a convergência como um fenómeno movido principalmente pela busca de novo entretenimento por parte da audiência, como tal, é motivado e influenciado pelas interações sociais da audiência. O fenómeno da convergência é apontado por Gripsrud (2004) como uma consequência da digitalização, que é definida como a “(...) expansão das tecnologias da informação (...)”, que é responsável por uma “(...) grande reestruturação da vida social (...)” e também influencia «(...) o fenómeno da “globalização” (...)».

The transition from an analog to a digital technological base for broadcast media is obviously related to significant social changes. Digitalization, understood as the expansion of computer technology, is both one of the causes of what seems to be a major restructuring of social life, including, not least, the phenomenon referred to as "globalization," and one of the effects of this ongoing process. (Gripsrud, 2004, p. 211)

Com a digitalização, a televisão e outros aparelhos como o telemóvel e o computador passam a ter algo em comum, o acesso à informação digital através da internet. As outras consequências são o “aumento radical da capacidade de transmissão”²⁵ (Gripsrud, 2004, p. 213), a interatividade e ainda, a expansão do arquivo infinitamente, pois como defende Assmann, «a “arquivabilidade” de dados aumentou vertiginosamente com as tecnologias de novos sistemas de registo, tais como fotografia, filme, medias de áudio e de vídeo.» (Assmann, 2011) Estas consequências estão hoje

²⁴ Original, “(...) the flow of content across multiple media platforms, the cooperation between multiple media industries, and the migratory behavior of media audiences who will go almost anywhere in search of the kinds of entertainment experiences they want.” (Jenkins, 2006, p. 2)

²⁵ Original, “Radically increased capacity of transmission” (Gripsrud, 2004, p. 213)

bem presentes na televisão e nos modos de a ver, uma vez que um serviço de televisão por cabo oferece cerca de 94 a 143 canais²⁶ e a interatividade está presente na forma do VoD e nas *smart TVs*, com o suporte de aplicações móveis no televisor, outro resultado da convergência, o que significa uma mudança na relação entre a televisão e a audiência. “A introdução da HDTV e da ISDN funde a televisão não só com o filme analógico, mas também e acima de tudo com o meio de todos os media: o sistema informático.”²⁷ (Kittler & Enns, 2010, p. 225)

3. A televisão e o público

“Devido ao avanço tecnológico, o meio televisivo ganhou uma nova conotação como televisão relacional a qual se baseia na compreensão e interatividade entre os emissores e os recetores.” (Galinha, 2019, p. 31) Esta interatividade que a convergência traz e que resulta numa televisão “relacional” segundo Galinha (2019), significa que existe uma inclusão do telespectador nos programas que vê, através do recurso às várias tecnologias disponíveis, o que resulta numa relação entre o telespectador e a própria televisão. Para continuar a definir a relação entre a televisão e o telespectador, é necessário entender o que é um telespectador para além de uma pessoa que simplesmente vê televisão e esclarecer como são as pessoas que veem televisão, o público.

Segundo Guerreiro (2016), “a audiência poderá ser entendida como um conjunto de espectadores que contactaram com determinado conteúdo, durante um período de tempo superior a um minuto.” (Guerreiro, 2016, p. 14) Ou seja, a audiência não necessita de seguir um programa assiduamente, o que já não é pressuposto na definição de

²⁶ Segundo a oferta de uma das operadoras de telecomunicações a operar em Portugal, fonte: *Lista de canais TV - Satélite / MEO*. (n.d.). Acedido no dia 15 de março de 2024, <https://www.meo.pt/tv/canais-programacao/lista-canal/satelite>

²⁷ Original, “The introduction of HDTV and ISDN conflates television not only with old-fashioned film, but also and above all with the medium of all media: computer systems.” (Kittler & Enns, 2010, p. 225)

público²⁸. Na verdade, a importância da audiência vem do seu papel na sociedade de consumo, como afirmam Cruz e Lewis (1994).

Industrial expansion, the growth of suburbs, and the rise of radio and television broadcasting helped to expand and deepen the institutionalization of modern consumer society as publics became addressed as audiences for consumer goods. As publications were transformed by new technology and new markets, so were the publics that consumed them. In a society increasingly solidified through mass communication, audiences became ever more important to political, industrial, educational, and broadcasting interests. (Cruz & Lewis, 1994, p. 7)

Para Cruz e Lewis, a audiência é vista como um público-alvo que resulta da expansão industrial aprofundada pela popularidade dos meios de comunicação como a rádio e a televisão, público-alvo este que tem o potencial de se tornar público assíduo. A tecnologia e os mercados que surgiam, influenciavam os meios de comunicação que transformavam o público-alvo, o que originou um aumento da homogeneização da sociedade. Por sua vez, este processo resulta na importância da audiência para os interesses “políticos, industriais, educacionais, e da radiodifusão.” (Cruz & Lewis, 1994, p.7) Todas estas influências entre a audiência e o mercado, e vice-versa, resultam na produção de cultura, o que vai ao encontro da teoria de Jameson (1991) sobre o pós-modernismo e a pós-contemporaneidade,

(...) culture has become material that we are now in a position to understand that it always was material, or materialistic, in its structures and functions. We postcontemporary people have a word for that discovery—a word that has tended to displace the older language of genres and forms—and this is, of course, the word medium, and in particular its plural, media, a word which now conjoins three relatively distinct signals: that of an artistic mode or specific form of

²⁸ “6. Conjunto de pessoas que assiste a algo, geralmente um espectáculo ou uma emissão. = ASSISTÊNCIA, AUDITÓRIO, PLATEIA 7. Conjunto de pessoas que se interessa por algo ou ao qual se dirige determinada mensagem ou produto. = PÚBLICO-ALVO”

"público", in Dicionário Priberam da Língua Portuguesa [em linha], 2008-2024, <https://dicionario.priberam.org/p%C3%BAblico>.

aesthetic production, that of a specific technology, generally organized around a central apparatus or machine; and that, finally, of a social institution.” (Jameson, 1991, p. 67)

Jameson defende que a cultura sempre foi algo material ou materialístico e que a definição para essa propriedade da cultura são os media. Para Jameson a palavra media tem três significados possíveis, “(...) um modo artístico ou uma forma específica de produção estética; aquele de uma tecnologia específica, geralmente organizada ao redor de um aparato central ou de um dispositivo; e finalmente, aquele de uma instituição social.” (Jameson, 1991, p. 67) Ao assimilar todos estes conceitos é possível entender que a experiência que um telespectador tem quando vê televisão é uma experiência cultural, social e económica. Gorton é da opinião que como público, “(...) nos orientamos em direção ao que vemos e esses momentos que ressoam com as experiências pessoais e culturais estão ligados de maneira íntima.”²⁹ (Gorton, 2009, p. ix) Um ponto de vista que encara a experiência do público como cultural e social em simultâneo. Tendo em conta este ponto de vista, Gorton defende que os “(...) programas de televisão são encarados como capazes de orientar as ideias políticas das pessoas, as suas emoções e a maneira como lidam com o mundo.”³⁰ (Gorton, 2009, p. 4) Ainda relacionado com esta forma de influência, Hall (1994) diz sobre a leitura que cada um faz da mensagem, “as vossas leituras surgem da família que vos criou, locais de trabalho, as instituições a que pertence, a outras atividades que você faça.”³¹ (Hall, 1994, p. 270) Desta forma, a audiência é um público-alvo de um meio de comunicação, que está contemplada na convergência de meios, enquanto o telespectador é a pessoa que vê conteúdos televisivos e faz, assim, parte do público assíduo de um programa.

Como uma ferramenta social, a televisão é alvo direto de discussão nos mais variados contextos e situações de socialização. “Como ferramenta social e como algo com conteúdo variado, a televisão é algo do qual se fala, seja em grupo, no ‘watercooler’

²⁹ Original, “I think the way we orient ourselves towards what we watch and these moments that resonate with personal and cultural experience are intimately linked.” (Gorton, 2009, p. ix)

³⁰ Original, “(...) television programmes are deemed capable of orientating people’s political ideas, their emotions and their approach to the world.” (Gorton, 2009, p. 4)

³¹ Original, “Your readings arise from the family in which you were brought up, the places of work, the institutions you belong to, the other practices you do.” (Hall, 1994, p. 270)

ou em fóruns online.”³² (Gorton, 2009, p. 32) Dentro desta experiência social, a televisão também interfere individualmente, podendo ser um suporte emocional como descreve um dentista entrevistado por McCarthy,

this idea of watching and waiting as material for "coping" is certainly a possibility in other medical contexts. One Beverly Hills dentist who offers his patients a headset and video of movies like Die Hard and Braveheart to watch while he drills makes precisely this claim: "Watching television relieves a tremendous amount of anxiety for them." (McCarthy, 2004, p. 200)

Aqui a televisão surge como fonte de conforto, mesmo num contexto social fora do lar da pessoa que conforta, como é um consultório de um dentista ou mesmo em salas de espera. O espaço em que a televisão ocupa, transforma o seu propósito e a maneira como os programas são recebidos e lidos por aquele público em específico, leitura essa que não é se não uma expectativa, segundo Jost (1998). Para além desta análise da televisão como fonte de conforto, ver televisão também pode funcionar como um instrumento para ajudar a processar ou mesmo a expressar emoções, “(...) esse ato oferece um escape coletivo na exploração da expressão de emoção e prazer.”³³ (Harrington & Bielby, 1995) Outra característica da televisão como meio de comunicação que estabelece a televisão culturalmente é a globalização, que resulta na emissão de programas em vários países e territórios.

Instead of thinking about the way television flows from one country to another, ‘geolinguistic regions’ encourages us to think about the way television is distributed to similar speaking cultures – such as the flow of the telenovella form from South America to Spain. (Gorton, 2009, p. 47)

Sobre esta característica cultural da televisão, Gorton explica que se deve muitas vezes à partilha da língua entre mercados televisivos, como os países da América Central e da América Sul e a Espanha com a importação e exportação da telenovela, algo que também acontece entre o Brasil e Portugal. Inclusive, a primeira telenovela a ser exibida

³² Original, “As a social tool and as something with varied content, television is something people talk about, whether in groups, over the ‘watercooler’, or on online forums.” (Gorton, 2009, p. 32)

³³ Original, “(...) it does offer a collective outlet for exploring the expression of emotion and pleasure.” (Harrington & Bielby, 1995, p. 185)

na televisão portuguesa foi de facto uma telenovela brasileira, «é em 1977 que a RTP transmite a primeira telenovela brasileira, “Gabriela” (...)». (Carvalho, 2016, p. 9) Esta troca de conteúdos é uma das principais características da cultura televisiva, enquanto a experiência económica para o público traduz-se no acesso pessoal e individual ao meio de comunicação, ou seja, em que dispositivo ou aparelho a pessoa vê televisão e que tipo de televisão vê, se tem acesso a canais pagos ou se apenas vê os canais de sinal aberto.

Podemos classificar os espectadores segundo várias teorias como, por exemplo, a do espectador emancipado de Rancière (2012), ao espectador encontrado no *Homo Spectator* de Mondzain (2015) ou o espectador como testemunha de um naufrágio de Blumenberg (1990). Rancière defende que o conceito inicial de espectador restringe o espectador a um mero observador, como que exilado dentro da sua mente, que deve de ser retirado desse estado passivo pela obra a que assiste.

O espectador mantém-se diante de uma aparência ignorando o processo de produção dessa aparência ou a realidade por ela encoberta. (...) O espectador fica imóvel em seu lugar, passivo. Ser espectador é estar separado ao mesmo tempo da capacidade de conhecer e do poder de agir. (Rancière & Benedetti, 2012, p. 8)

No entanto, Rancière afirma que apenas o próprio espectador pode abandonar a passividade da sua condição original para se tornar num espectador emancipado, emancipação esta que “(...) começa quando se questiona a oposição entre olhar e agir, quando se compreende que as evidências que assim estruturam as relações do dizer, do ver e do fazer pertencem à estrutura da dominação e da sujeição.” (Rancière & Benedetti, 2012, p. 17) Quando Mondzain escreve que “fazer uma imagem é pôr o homem no mundo como espectador.” (Mondzain & Lima, 2015, p. 51), pressupõe que o espectador existe desde que existam imagens para serem observadas e que não existe apenas um tipo de espectador pois cada um é específico à sua época e perante a imagem que observa, mas que todos têm algo em comum, serem humanos. A metáfora do naufrágio serve de mote a Blumenberg (1990) para explicar o espectador que encontra as várias tragédias da vida, ou seja, o naufrágio como “(...) consequência «legítima» da

navegação, (...)” (Blumenberg & Loureiro, 1990, p. 25). Face a um acontecimento que capta a atenção, o espectador

(...) já não é a figura de uma existência de excepção, do sábio à margem da realidade, mas (...) ele tornou-se no próprio expoente de uma daquelas paixões de tanto motivam como põem a vida em perigo. (...) ele está abandonado sem qualquer ajuda à atracção dos declínios e das sensações. A sua incolumidade não é da contemplação, mas sim a de uma ardente curiosidade. (Blumenberg & Loureiro, 1990, p. 54)

Para além da curiosidade, este espectador de que fala Blumenberg é também um espectador que escolhe refletir sobre os acontecimentos que testemunha em vez de agir sobre os mesmos. Uma característica interessante do espectador de Mondzain é a contemporaneidade do mesmo, “neste mundo sem fora-de-campo, o espectador entra em campo. Vai ver-se, vai ser visto, e a necessidade de reconhecimento vai sobrepor-se às exigências da exibição e do espectáculo marcadas pela impaciência e pela urgência.” (Mondzain & Lima, 2015, p. 126) Este ponto de vista sobre o espectador da era moderna vai ao encontro da questão da convergência, por ser um espectador afetado pela aceleração da informação e pelo estreitamento da relação entre o público e media.

Ainda dentro da relação entre a televisão e o público, existem telespectadores que se caracterizam pelo tipo de interação que têm com os programas televisivos e com o universo da televisão. Este universo da televisão, chamemos-lhe assim, compreende todas as plataformas, momentos, locais e situações em que se possa estar em contacto com programas televisivos ou conteúdos televisivos mesmo que não se esteja a ver televisão nesse momento. Deste modo, García-Avilés propõe que os telespectadores podem ser classificados dentro de oito tipos de estratégias de participação: “(...) consumidores, jogadores, seguidores, comentadores, cidadãos, colaboradores, benfeitores e ativistas.”³⁴ (García-Avilés, 2012, p. 435) Os consumidores são os telespectadores que têm tendência a comprar produtos, interagir com publicidade e participam nos concursos televisivos feitos através de chamada telefónica ou envio de

³⁴ Original, “(...) consumers, players, followers, commentators, citizens, collaborators, benefactors and activists.” (García-Avilés, 2012, p. 435)

mensagem de texto com valor acrescentado. Os jogadores são os telespectadores que interagem com programas que valorizam a opinião da audiência através de votos feitos por plataformas dedicadas ao programa. O perfil dos seguidores, também chamados de fãs por García-Avilés (2012), são os telespectadores que oferecem feedback sobre o programa enquanto o mesmo está a ser emitido e são levados em consideração pelos canais de televisão. Os comentadores são aqueles telespectadores que discutem online e através das redes sociais sobre os programas de televisão que vêem, enquanto os telespectadores cidadãos participam ativamente de debates televisivos ao enviarem questões para serem respondidas nos programas. No caso do telespectador colaborador, o mesmo ajuda um programa de televisão com o envio direto de conteúdos, muitas vezes de vídeo. Os benfeitores participam em campanhas de solidariedade lançadas pelos canais de televisão. Os telespectadores ativistas denunciam em massa um programa, uma situação ou um acontecimento televisivo fazendo com que o canal ou entidade responsável pela regulação da emissão tome uma ação sobre o programa ou sobre o sucedido.

Sobre estes perfis de telespectadores, Galinha defende que são fruto das novas tecnologias de streaming, “o conteúdo televisivo ao ser distribuído por diversas plataformas começa a ter imensas formas de interatividade com as suas audiências aumentando a sua participação, originando diversas iniciativas nas as quais o público consegue participar, partilhar, comentar, promover ou mesmo criticar.” (Galinha, 2019, p. 9) Para McLuhan, a televisão também era um media que exigia uma participação específica. “A observação banal e repetitiva dos alfabetizados convencionalmente, de que a TV representa uma experiência aos telespectadores passivos, está longe de ser verdade. A TV é acima de tudo, um media que exige uma resposta criativa dos participantes.”³⁵ (McLuhan, 1964, p. 336) Um aspecto importante a ter em conta sobre todos os tipos de relações entre o público e a televisão, é que está dependente do acesso à tecnologia e, em certos casos dos perfis de telespectadores sugeridos por García-Avilés (2012), de alguma literacia dos media.

³⁵ Original, “The banal and ritual remark of the conventionally literate, that TV presents an experience for passive viewers, is wide of the mark. TV is above all a medium that demands a creatively participant response.” (McLuhan, 1964, p. 336)

A cultura participável dos media ou a fandom, segundo Jenkins (1992), é um aspeto da relação possível entre a televisão e o seu público. Segundo o autor, esta cultura é,

an institution of theory and criticism, a semistructured space where competing interpretations and evaluations of common texts are proposed, debated, and negotiated and where readers speculate about the nature of the mass media and their own relationship to it. (...) Within the realm of popular culture, fans are the true experts; they constitute a competing educational elite, albeit one without official recognition or social power. (Jenkins, 1992, p. 86)

A teoria que no contexto da citação significa o ato de especular sobre algo em oposição à prática, no entanto o significado da palavra no grego ‘theoria’ era algo mais próximo do significado da palavra espectador e só mais tarde, com o latim, é que adotou o significado que conhecemos atualmente, como «a especulação, a investigação especulativa». (Machado, 1977, p. 290)

«Acto de ver, observar, de examinar; acto de ver um espectáculo, de assistir a uma festa; daí a própria festa, festa solene, pompa, procissão, espectáculo; teoria; deputação (das cidades da Grécia às festas solenes de Olímpia, de Delpos e de Corinto ou aos templos de Zeus Nemeu, de Apolo Délio); função de teoro; contemplação do espírito, meditação, espírito; especulação teórica; teoria (em oposição à prática).» (Machado, 1977, p. 290)

O ‘theoros’ era um enviado diplomático para assistir a jogos públicos, em que a definição de teoros é «espectador; que viaja para ver o mundo; espectador dos jogos públicos, deputado enviado pelos estados gregos; magistrado». (Machado, 1977, p.290) Jenkins (1992) explica como a fandom é uma “instituição de teoria e crítica” que embora funcione de forma informal e não oficial, é um espaço social “semiestruturado” para dialogar sobre o texto, analisá-lo e debatê-lo, o que vai ao encontro de um espectador emancipado (Rancière & Benedetti, 2012). Dentro desta prática surge a produção de trabalhos artísticos, os chamados fan-works ou “fan-produced works” que segundo Jenkins (1992),

fan-produced works respond to the perceived tastes of their desired audience and reflect the community's generic traditions as much as those originating within commercial culture. These discussions and materials further shape fans' perceptions toward close conformity to the community's own reading of the programs. (Jenkins, 1992, p. 88)

A noção deste espaço social feito por fãs que promove a crítica, mas também a produção de conteúdos paralelos à indústria televisiva é algo a considerar fortemente para a questão de como se forma e mantém uma memória cultural partilhada de um media como a televisão.

Capítulo II – Memória, Sociedade e Televisão

*A memória, no singular, é uma capacidade, algo que acontece; as memórias estão no plural: nós temos memórias (é até dito, indelicadamente, que os mais velhos têm mais memórias do que os jovens, mas menos memória!)*³⁶

(Paul Ricoeur)

1. A Memória e como funciona

A memória é uma função do cérebro e tem um papel importante na construção da identidade individual, como explica García, “as memórias determinam as nossas decisões e, inclusivamente, definem a nossa identidade.” (García, 2022, p. 7) E na construção da identidade coletiva, que segundo Halbwachs é um subproduto da memória individual, “(...) cada memória individual é um ponto de vista sobre a memória coletiva, que este ponto de vista muda conforme o lugar que ali eu ocupo, e que este lugar mesmo muda segundo as relações que mantenho com outros meios.” (Halbwachs, 1990, p. 51) Assmann resume muito bem esta duplicidade da memória quando diz que “as nossas memórias são indispensáveis porque é delas que as experiências individuais, as relações interpessoais, o sentido de responsabilidade, e a imagem da nossa própria identidade é composta.”³⁷ (Assmann, 2006, p. 212)

Em relação a como se processa a memória, vinte segundos é “(...) o tempo no qual o fluxo contínuo da informação é retido na memória de curto prazo e, se processada e consolidada, entra então na memória de longo prazo.”³⁸ (Albano, 2016, p. 55) A um nível biológico as memórias são “(...) redes neuronais, estreitamente interconectadas, interativas e, ao mesmo tempo, autónomas, parcialmente sobrepostas e muito

³⁶ Original, “Memory in the singular is a capacity, an effectuation; memories are in the plural: we have memories (it is even said, unkindly, that the old have more memories than the young but less memory!).” (Ricoeur, 2004, p. 22)

³⁷ Original, “Our memories are indispensable because they are the stuff out of which individual experiences, interpersonal relations, the sense of responsibility, and the image of our own identity are made.” (Assmann, 2006, p. 212)

³⁸ Original, “(...) the time in which the continuous flow of live information is retained in short-term memory and, if encoded and consolidated, then enters long-term memory.” (Albano, 2016, p. 55)

distribuídas por todo o cérebro.” (García, 2022, p. 8) A memória é também plástica, pois “(...) quando se recupera uma informação guardada na memória, ativam-se novamente os processos bioquímicos, pelo que, de certo modo, cada vez que se reaviva uma recordação, esta é reconstruída biologicamente. É assim que as nossas memórias refazem o passado.” (García, 2022, p. 9) Este poder de voltar a fazer algo do passado ou que já passou, remete para a qualidade de alteração que a memória tem, em que cada pessoa pode lembrar-se do mesmo acontecimento com foco em detalhes diferentes, porque “o que experimentamos ao rememorar é uma ação em que a estrutura neuronal da memória modifica a recordação, a qual, pela sua já mencionada plasticidade, vai sendo moldada ao longo do tempo nas diversas «revisitações».” (García, 2022, p. 9) Como faculdade, a memória funciona de acordo com a biologia de cada um e é afetada pelo tempo ou por causas externas acidentais, que podem resultar na perda de capacidade do cérebro para armazenar novas memórias. Ricoeur (2004) menciona a perda de capacidade de armazenamento de memórias, associada ao avanço da idade.

Uma vez que a memória é algo que pode ser processado, armazenado e acedido, mas que o indivíduo só tem consciência da existência da memória nesse último passo, podemos afirmar que “a temporalidade da memória é composta por passado, pelo futuro e, sobretudo, de presente, pois é nele que ressignificamos os acontecimentos ocorridos.” (Rodrigues & Serres, 2020, p. 254) O que complementa Rousso quando escreve que “a memória, no sentido básico do termo, é a presença do passado.” (Rousso, 2006, p. 94) E quando acrescenta que a memória também,

(...) é uma reconstrução psíquica e intelectual que acarreta de fato uma representação seletiva do passado, um passado que nunca é aquele do indivíduo somente, mas de um indivíduo inserido num contexto familiar, social, nacional. Portanto toda a memória é, por definição, “coletiva”, como sugeriu Maurice Halbwachs. (Rousso, 2006, p. 94)

Para além de situar acontecimentos na linha temporal, de informar a identidade individual e de carregar toda a história de uma comunidade, a memória é também uma ferramenta indicadora de que algo aconteceu, “nós contamos com as nossas memórias para validar as nossas vivências. A experiência da memória torna-se, efetivamente, num índice da experiência: se temos a memória, é porque tivemos a experiência que ela

representa.”³⁹ (Landsberg, 1995, p. 176) Estas experiências mais facilmente se tornam memórias se forem experiências emocionais, pois “relembramos melhor o que está tingido pelas emoções.”⁴⁰ (Boym, 2001, p. 52) As emoções caracterizam de tal modo a memória que “algumas memórias partilhadas carregam consigo uma carga emocional maior do que outras, por exemplo, ou estão sempre classificadas mais alto à medida que as pessoas continuam a considerá-las com significado nas suas vidas.”⁴¹ (Pickering & Keightley, 2016, p. 48) A memória, como mecanismo, contribui para a formação da identidade de uma pessoa, através do que é chamado da memória autobiográfica⁴² (Assmann, 2006; Albano, 2016;) e que se caracteriza por ser “(...) uma construção mental ou padrão de ativação (e inibição) que ocorre através das estruturas de conhecimento na memória a longo-termo.”⁴³ (Conway & Loveday, 2010, p. 58)

Segundo Erll (2011), as “(...) memórias podem até constituir uma memória autobiográfica coletiva se todas as pessoas em medidas iguais identificarem a experiência partilhada dentro de um enquadramento de uma narrativa específica que ajuda a estabelecer uma identidade coletiva.”⁴⁴ (Erll, 2011, p. 93) Um aspecto deste tipo de memórias é que “(...) não são distribuídas igualmente ao longo da vida, mas que são paralelas às mudanças pessoais e em objetivos ao longo do tempo.”⁴⁵ (Rathbone et al., 2008, p. 1403) Segundo Rathbone et al. (2008) as memórias autobiográficas pertencem “(...) ao período da saliência da reminiscência (dos 10 aos 30 anos) (...)”⁴⁶ (Rathbone et

³⁹ Original, “We rely on our memories to validate our experiences. The experience of memory actually becomes the index of experience: if we have the memory, we must have had the experience it represents.” (Landsberg, 1995, p. 176)

⁴⁰ Original, “One remembers best what is colored by emotion.” (Boym, 2001, p. 52)

⁴¹ Original, “Some shared memories carry a much greater emotional burden than others, for example, or move to a higher scale of evaluation as people continue to weigh up their significance in their own continuing lives.” (Pickering & Keightley, 2016, p. 48)

⁴² *Autobiographical memory*, no original.

⁴³ Original, “An autobiographical memory is a mental construction or pattern of activation (and inhibition) across knowledge structures in long-term memory.” (Conway & Loveday, 2010, p. 58)

⁴⁴ Original, “(...) memories can even become a collective autobiographical memory if everyone in equal measure locates the shared experience within the framework of a specific narrative which helps establish a collective identity.” (Erll, 2011, p. 93)

⁴⁵ Original, “(...) are not distributed equally across the life span, but instead parallel changes in the self and in goals over time.” (Rathbone et al., 2008, p. 1403)

⁴⁶ Original, “(...) the period of the reminiscence bump (10 – 30 years) (...)” (Rathbone et al., 2008, p. 1403)

al., 2008, p. 1403), pois é um “(...) período atravessado por novas experiências e que esta novidade, ao ser preservada de algum modo na memória, certifica-as como memoráveis e duradouras.”⁴⁷ (Rathbone et al., 2008, p. 1403) Para van Dijck (2007) as “(...) pessoas obtêm as suas memórias autobiográficas tanto de fontes de media pessoal, como de fontes de media coletivas.”⁴⁸ (van Dijck, 2007, p. 18) Sendo que as fontes de media pessoais às quais van Dijck (2007) se refere são fotografias e vídeos feitos por e para a família, enquanto que os media coletivos são os programas de televisão, música gravada e fotografias de profissionais.

2. A Memória na sociedade

Sobre o papel que a memória ocupa em relação à sociedade, nomeadamente como as pessoas como um grupo ao agir em sociedade selecionam e mantêm informação que lhes é útil e formam uma memória ativa como explica Assmann,

the active memory refers to what a society consciously selects and maintains as salient and vital items for common orientation and shared remembering. The content of active cultural memory is preserved by specific practices and institutions against the dominant tendency of decay and general oblivion. (Assmann, 2006, p. 220-221)

Esta forma de memória consciente e seletiva da sociedade, apesar de ser mantida por instituições, tem uma semelhança com a memória coletiva. Halbwachs quando desenvolveu a teoria da memória coletiva, descreveu-a como,

(...) uma corrente de pensamento contínuo, de uma continuidade que nada tem de artificial, já que retém do passado somente aquilo que ainda está vivo ou capaz de viver na consciência do grupo que a mantém. Por definição ela não ultrapassa os limites deste grupo. (Halbwachs, 1990, p. 81-82)

⁴⁷ Original, “One broadly cognitive theory is that this period is permeated by novel experiences and that it is this novelty, preserved in memory in some way, that ensures their enduring memorability.” (Rathbone et al., 2008, p. 1403)

⁴⁸ Original, “(...) people derive their autobiographical memories from both personal and collective media sources.” (van Dijck, 2007, p. 18)

A memória que pertence a um grupo só é possível de manter enquanto esse grupo estiver ativo e com consciência para continuar a relembrar. Estas lembranças só são possíveis através de impressões afetivas, que segundo Halbwachs, “(...) as impressões afetivas elas mesmas tendem a se manifestar em imagens e representações coletivas.” (Halbwachs, 1990, p. 100) Socialmente existem vários tipos de memória para além da memória coletiva, como a memória popular,

(...) popular memory is history for the present; it is a mode of historical consciousness that speaks to the concerns and needs of contemporary life. Popular memory is a form of storytelling through which people make sense of their own lives and culture. In this regard, it diverges from official, professional history (...) (Spigel, 1995, p. 21)

Com a sua definição de memória popular, Spigel descreve uma prática paralela à história oficial, feita pelo povo para o povo, com “uma consciência histórica que menciona as preocupações e necessidades da vida contemporânea.” (Spigel, 1995, p. 21) Segundo Spigel, este tipo de memória é uma ferramenta social que serve para que uma comunidade entenda a sua cultura e as suas vivências. Este ponto de vista é bastante complementar ao de Benjamin quando escreve que, “a reminiscência está na origem da cadeia da tradição que transmite os acontecimentos de geração em geração.” (Benjamin, 1992, p. 44) O conceito de memória popular de Spigel é o oposto do conceito de memória social de Nerone, “uma memória social é uma lembrança artificial de algumas experiências por alguns grupos, instituições ou indivíduos em sociedade organizados de acordo com guiões reconhecíveis e com uma dimensão moral.”⁴⁹ (Nerone, 1989, p. 92) Para Nerone (1989), existe um esforço coletivo para manter viva a memória de eventos históricos por parte de instituições oficiais e dá como exemplos o Holocausto, e outros dias comemorativos como o Dia do Trabalhador. A divergência entre a memória popular de Spigel e a memória social de Nerone está na inclusão das instituições oficiais como protetoras da memória. Este ponto de vista da memória social indica que tudo o que

⁴⁹ Original, “A social memory is an artificial recollection of some experiences by some groups, institutions, or individuals in society organized according to recognizable scripts and having a moral dimension.” (Nerone, 1989, p. 92)

seja comemorativo é específico a um grupo e está dependente da cultura em que aquele grupo se insere.

Sobre as comemorações, Schwartz defende que a “comemoração é a memória moral da sociedade, que distingue os eventos que os seus membros acreditam dignos de lembrança dos que simplesmente merecem ser registados. E promove o autoconceito social ao reconhecer a afinidade e identidade mútua dos seus membros.”⁵⁰ (Schwartz, 2001, p. 2268) A palavra comemorar significa exatamente “trazer à memória, lembrar, recordar.”⁵¹ Mas, a comemoração também é algo muito comum dentro da história da televisão, seja com programas que assinalam uma data histórica, como por exemplo os *100 anos da Batalha de La Lys*⁵² ou para comemorar a própria televisão através de emissões especiais como a série da RTP intitulada *Televisão 25 Anos (1982)*⁵³. “A ativação do processo de comemoração através da história oral, canções, ícones, cerimónias, ou de outras maneiras simbólicas é, portanto, ativar memórias que incluem e se estendem para além das pessoas ou dos eventos comemorados.”⁵⁴ (Schwartz, 2001, p. 2268) A comemoração é, assim, bastante importante não só para quem participa dela, mas também para que o processo da memória continue ativo e continue a fazer parte daquele grupo ou comunidade. O processo da tradição oral é uma forma de partilhar memórias, que é adicionada a tantas outras formas e rituais comemorativos para construir uma rede de memórias a um nível coletivo,

“(...) memory on the collective level – that is, the construction and circulation of knowledge and versions of a common past in sociocultural contexts – is only

⁵⁰ Original, “Commemoration is society’s moral memory, distinguishing events its members believe to be deserving of remembrance from those deserving of being merely recorded. Commemoration promotes society’s sense of itself by affirming its members’ mutual affinity and identity.” (Schwartz, 2001, p. 2268)

⁵¹ “Trazer à memória. = LEMBRAR, RECORDAR”

“comemorar”, in Dicionário Priberam da Língua Portuguesa [em linha], 2008-2024, <https://dicionario.priberam.org/comemorar>.

⁵² *100 anos da Batalha de La Lys – RTP Arquivos*. (2018). Acedido no dia 18 de março de 2024, <https://arquivos.rtp.pt/conteudos/100-anos-da-batalha-de-la-lys-3/>

⁵³ *Televisão – 25 Anos – RTP Arquivos*. (n.d.). Acedido no dia 18 de março de 2024, <https://arquivos.rtp.pt/programas/televisao-25-anos/>

⁵⁴ Original, “To activate the commemorative process through story, song, icon, ceremonial observance, or other symbolic forms, therefore, is to activate memories that include but extend beyond the persons and events commemorated.” (Schwartz, 2001, p. 2268)

possible with the aid of media: through orality and literacy as age-old media for the storing of foundational myths for later generations; through print, radio, television and the Internet for the diffusion of versions of a common past in wide circles of society; and, finally, through symbolically charged media such as monuments which serve as occasions for collective, often ritualized remembering. (Erll, 2011, p. 113)

Segundo Erll (2011), a televisão difunde versões de um passado comum que até então era transmitido através da história oral e de manuscritos, demonstrando a persistência da memória coletiva ao longo do tempo. No entanto, a comemoração não é exclusiva dos meios de comunicação. Tal como Schwartz (2001) explica também os membros de uma sociedade, neste caso os fãs, podem assinalar datas comemorativas criadas em comunidade de forma unânime. O dia 4 de maio – “May the 4th” no original, adaptado da expressão “May the force be with you.” (Lucas, 1977) – é assinalado por fãs e pela Walt Disney Company, como o dia comemorativo da saga cinematográfica *Star Wars*, o *Star Wars Day*.⁵⁵ Outro exemplo é o *Doctor Who Day*, assinalado a dia 23 de novembro, que comemora o Doctor, o protagonista da série de ficção científica da BBC *Doctor Who* (1963 – presente). Embora não tenha sido criado por fãs, o *Doctor Who Day* foi aceite e adotado pela comunidade de fãs da série televisiva.⁵⁶

3. A Memória e os media

Landsberg defende que o cinema, enquanto tecnologia, transformou a memória ao possibilitar novas interpretações do passado, “(...) novas tecnologias como o cinema, em conjunto com o aparecimento de uma cultura de massa mercantilizada, transformou a memória ao tornar possível uma circulação sem precedente de imagens e narrativas sobre o passado.”⁵⁷ (Landsberg, 2004, p. 2) Um argumento que é válido também para a

⁵⁵ *May the 4th Be With You: A Cultural History* | *StarWars.com*. (n.d.). Acedido no dia 18 de março de 2024, <https://www.starwars.com/news/may-the-4th-be-with-you-cultural-history>

⁵⁶ *Why is November 23rd Doctor Who Day?* | *Doctor Who*. (n.d.). Acedido no dia 18 de março de 2024, <https://www.doctorwho.tv/news-and-features/why-is-november-23rd-doctor-who-day>

⁵⁷ Original, “(...) new technologies like the cinema, along with the emergence of a commodified mass culture, transformed memory by making possible an unprecedented circulation of images and narratives about the past.” (Landsberg, 2004, p. 2)

televisão, uma vez que é um meio de comunicação que é bastante suscetível a pontos de vista e a correntes de pensamento, ao ser um meio de comunicação que produz os próprios programas televisivos, incluindo programas sobre o passado. No entanto, Moss encara o trabalho dos media como fundamental para a construção da cultura da nossa memória, “(...) tanto do que definimos como a cultura da nossa memória é baseado na informação visual disponibilizada pelos meios de comunicação.”⁵⁸ (Moss, 2008, p. 52)

Este ponto de vista deve-se a Moss considerar que “a Televisão tem tido uma influência enorme no que as pessoas se lembram como história. O que aconteceu foi que o que distinguia a história da memória se fundiu na televisão.”⁵⁹ (Moss, 2008, p. 52) Também Edgerton (2001), ao propor a “televisão como historiadora” defende que a «história popular é essencialmente artística e cerimonial por natureza. No caso da “televisão como historiadora”, o ato de produzir, emitir, e ver programação histórica torna-se num ritual cultural de grande escala por si só.»⁶⁰ (Edgerton, 2001, p. 8) Esta história popular tem funções importantes socialmente como,

“(...) it facilitates a society’s ongoing negotiation with its useable past by portraying those parts of the collective memory that are most relevant at any given time to the producers of these programs as well as the millions of individuals who tune them in.” (Edgerton, 2001, p. 8)

A televisão serve um propósito à memória coletiva, de a retratar através da narração de acontecimentos históricos passados, enquanto essa história é suscetível de ser tornar parte da memória partilhada da geração mais recente, pela maneira como é retratada pela televisão. Um exemplo de como este processo funciona é o caso da popularidade da série *Conta-me Como Foi* (RTP, 2007 – 2023). A série é uma adaptação do programa espanhol *Cuéntame cómo pasó* (TVE, 2001 – 2023), que segundo Laffond

⁵⁸ Original, “(...) so much of what we define as the culture of our memory is based upon the visual information put in place by the mass media.” (Moss, 2008, p. 52)

⁵⁹ Original, “Television has had an enormous influence on what individuals remember and recall as history. What has occurred is that the divisions between history and memory have merged on television.” (Moss, 2008, p. 52)

⁶⁰ Original, «Popular history is essentially artistic and ceremonial in nature. In the case of “television as historian,” the act of producing, telecasting, and viewing historical programming becomes a large-scale cultural ritual in and of itself.» (Edgerton, 2001, p. 8)

este tipo de programas são “(...) a representação do passado como tempo externo, mas também como um tempo acessível graças à produção de memória através do poder da televisão.”⁶¹ (Laffond, 2011, p. 183) Esta influência na memória provocada pelos vários meios de comunicação deve-se à capacidade de,

(...) the cinema and other mass cultural technologies have the capacity to create shared social frameworks for people who inhabit, literally and figuratively, different social spaces, practices, and beliefs. As a result, these technologies can structure “imagined communities” that are not necessarily geographically or nationally bounded and that do not presume any kind of affinity among community members. (Landsberg, 2004)

Para Landsberg (2004), as tecnologias culturais de massa têm a capacidade de criar ‘comunidades imaginadas’⁶² que não estão contidas em territórios ou nações e cujos membros destas comunidades não necessitam de ter nenhuma semelhança. A “(...) televisão também liga e reconfigura as nossas comunidades e grupos sociais bastante sólidos, aqueles com quem nós vemos televisão, a família, os amigos, conhecidos.”⁶³ (Örnebring, 2007, p. 183) Örnebring (2007) concorda com a teoria de que a televisão cria uma ligação nacional e abstrata a uma ‘comunidade imaginada’, ao analisar uma atividade social em que o foco é a visualização de um evento televisivo em grupo – neste caso a Coroação de Isabel II do Reino Unido, em 1953, e certamente o seu funeral em 2022 também foi para muitas pessoas um momento de ligação e partilha – e conclui que a televisão também conecta e reconfigura os grupos sociais da esfera mais imediata, que são as pessoas com quem normalmente vemos televisão, como familiares, amigos e conhecidos (este último grupo remete para uma visualização pública da televisão, como um café ou restaurante). Como resultado estas comunidades transformam-se, pois “(...) uma cultura de massa mercantilizada abre a possibilidade de partilha de certas

⁶¹ Original, “(...) the representation of the past as external time, but also as an accessible time thanks to the production of memory by the power of television.” (Laffond, 2011, p. 183)

⁶² A Teoria das comunidades imaginadas é da autoria de Benedict Anderson relativamente ao conceito de nação. [Anderson, B. (2006). *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism* (2nd ed.). Verso.]

⁶³ Original, “(...) television also links and reshapes our very concrete communities and social groups, those together with which we view television family, friends, acquaintances.” (Örnebring, 2007, p. 183)

memórias entre indivíduos com pouco em comum em termos de cultura ou etnia.”⁶⁴ (Landsberg, 2004, p. 9) O que resulta em algo próximo a uma memória coletiva, neste caso uma memória partilhada por aqueles telespectadores que é apenas uma parte, um fragmento de uma memória cultural maior e mais antiga onde pertencem outros media antecedentes à televisão como, por exemplo a literatura.

No entanto, estas partilhas e estas vivências que têm em comum uma memória partilhada, evoluem para algo tão extenso que voltam novamente a fazer parte do domínio público,

(...) the turn to mass culture—to movies, experiential museums, television shows, and so forth—has made what was once considered a group’s private memory available to a much broader public. In this process, memories have ceased to belong exclusively to a particular group and instead have become part of a common public domain. (Landsberg, 2004, p. 11)

Um exemplo desta possibilidade de algo que se torna tão popular e normalizado dentro de uma comunidade que depois são adotados pela própria indústria é o *Star Wars* Day, mencionado no subcapítulo anterior. Mas não são apenas a televisão e o cinema que têm ligações com a memória, Lamont e Loveday (2020) mencionam a existência de “MEAMs”, que são “(...) memórias autobiográficas evocadas por música (...)”.⁶⁵ (Lamont & Loveday, 2020, p. 2) Uma vez que “(...) tanto as memórias como a preferência musical são formadas por conexões em contexto social, e por sua vez por elas proporcionadas.”⁶⁶ (Lamont & Loveday, 2020, p. 5) Também ocorrem outros registos da ligação de outros sentidos com a ativação da memória, como o paladar por exemplo. Como a lembrança súbita provocada pelo sabor da madelaine embebida em chá de que fala Proust (2022), que provoca ao protagonista um regresso a um momento tão específico do seu passado. A maneira como nos lembramos de memórias associadas à música, ao terem geralmente

⁶⁴ Original, “(...) a commodified mass culture opens up the possibility that people who share little in the way of cultural or ethnic background might come to share certain memories.” (Landsberg, 2004, p. 9)

⁶⁵ Original, “(...) music-evoked autobiographical memories’ (MEAMs) (...)” (Lamont & Loveday, 2020, p. 2)

⁶⁶ Original, “(...) both memories and musical preferences are shaped by social connections, and in turn facilitated by them.” (Lamont & Loveday, 2020, p. 5)

uma conexão com o primeiro contacto musical introduzido pelos próprios pais ou outros familiares próximos e ao serem de certa forma uma herança,

(...) we also found many guests recalled fond memories of music from their early childhood that connected them to their parents, or which was prompted by their parents. Intergenerational influences were also commonly mentioned, with songs that became part of the family. (Lamont & Loveday, 2020, p. 8)

Lamont e Loveday afirmam ainda que “este tipo de conexão verificou-se mais em comum dentro de famílias do que em relações de amizade (...)”⁶⁷ (Lamont & Loveday, 2020, p. 8) Esta característica do primeiro contacto das memórias associadas à música ser o mais marcante na vida de uma pessoa devido a ser feito dentro de um meio social, vai ao encontro de outras teorias sobre a memória, quando um grupo social partilha e nutre o culto de uma memória através do contacto entre as pessoas que se inserem no grupo, em que a memória não tem um limite de gerações definido e é partilhada enquanto o grupo existir ou enquanto o grupo considerar a memória relevante. A música também pode ser mantida na memória coletiva com a ajuda das séries de televisão, um exemplo recente foi o êxito da canção *Running Up That Hill* de Kate Bush «(...) que "disparou" nas plataformas de streaming após ser incluído na banda sonora da nova temporada de "Stranger Things".» («Kate Bush quebra silêncio para falar sobre “Stranger Things”. “Também adoro a série. Mal posso esperar pelo resto da temporada, em julho”», 2022) A música é uma das componentes técnicas de um programa de televisão capazes de atuar como “(...) possíveis desencadeadoras de nostalgia (...)” (Sirianni, 2019, p. 189). Segundo Sirianni as restantes componentes técnicas são “(...) a narração, a cinematografia, o cenário, (...) o design de produção, e as personagens (...)”⁶⁸ (Sirianni, 2019, p. 189).

Também os media portugueses são fomentadores da memória social que quando é reconhecida pelo espectador tem o potencial de se tornar em memória cultural, ou mesmo de ser celebrado pelos fãs. Com este processo de feedback em conta, uma vez

⁶⁷ Original, “This kind of connection was more commonly found in families than in relationships with friends (...)” (Lamont & Loveday, 2020, p. 8)

⁶⁸ Original, “(...) potential nostalgia triggers—including narration, cinematography, setting, music, art design, and characters (...)” (Sirianni, 2019, p. 189)

que estes processos de memória funcionam em conjunto e são suscetíveis a respostas e mudanças entre si, os próprios meios de comunicação reconhecem a popularidade de certos programas de televisão sobre outros e celebram-nos. Pelo 40º aniversário do programa de humor *O Tal Canal* (RTP, 1983-1984), a RTP produziu e emitiu um documentário em que Herman José, criador, escritor e protagonista do programa, recorda os sketches e as personagens d' *O Tal Canal*. Disponível na RTP Play, o documentário intitulado *O Tal Canal - 40 anos* (RTP, 2023), estreou no dia 19 de outubro de 2023 e é descrito com a seguinte sinopse: “Entrevista a Herman José sobre os 40 anos do programa *O Tal Canal*. A ideia, os sketches, as personagens, o contexto social, uma viagem pelas memórias de um dos programas de humor mais marcantes em Portugal.” (*O Tal Canal - 40 Anos de 19 out 2023 - RTP Play - RTP*, 2023) Desta forma o programa é relembrado pela RTP através de repetições na RTP Memória, conteúdo comemorativo, como é o documentário, e também com a possibilidade de aceder aos sketches no website RTP Arquivos⁶⁹.

Artigos comemorativos como o seguinte, “Em dia de aniversário, recorde 20 programas míticos da SIC”⁷⁰, demonstram realmente um reconhecimento da televisão como indústria para com a memória coletiva dos telespectadores. Este artigo da SIC, lista vinte programas que segundo a estação televisiva “(...) ficaram no imaginário coletivo do país, ao longo destes 31 anos da SIC.” (*Em dia de aniversário, recorde 20 programas míticos da SIC - SIC*, 2023) A lista enumera programas como *Agora ou Nunca* (1996-1998), *Alta Definição* (2009-presente) ou *Big Show SIC* (1995-2001). Um exemplo prático de como um programa de televisão faz parte da memória dos telespectadores, é quando existem referências ao programa fora do contexto do meio de comunicação a que o programa pertence. O programa *Agora ou Nunca* é um destes exemplos, ao ser mencionado num popular jogo de trivia chamado Dr. Why⁷¹, em que a resposta do nome

⁶⁹ *O Tal Canal – RTP Arquivos*. (n.d.). Acedido no dia 19 de março de 2024, <https://arquivos.rtp.pt/programas/o-tal-canal/>

⁷⁰ *Em dia de aniversário, recorde 20 programas míticos da SIC - SIC*. (2023). Acedido dia 19 de março de 2024, <https://sic.pt/sic-mulher/em-dia-de-aniversario-recorde-20-programas-miticos-da-sic/>

⁷¹ *Dr.Why, o mais divertido jogo de Quiz ao vivo* (n.d.). Acedido no dia 19 de março de 2024, <https://www.drwhyquizlive.com/home?lang=pt-PT>

do programa era introduzida através de um clipe de vídeo de um momento do programa (figura 1).

Desta forma, seguindo a linha de todos estes exemplos podemos observar a seguinte afirmação como verdadeira, “a televisão do passado claramente funciona, nos dias de hoje, como um recurso cultural e histórico para todas as gerações. É amplamente utilizada como um marco cultural, que significa instantaneamente uma época específica.”⁷² (Kompere, 2005, p. 103)

⁷² Original, “Past television clearly functions in this manner today, as a cultural and historical resource for all generations. It is widely used as a cultural touchstone, instantly signifying particular times.” (Kompere, 2005, p.103)

Capítulo III – A memória e os telespectadores

We look at the world once, in childhood.

The rest is memory.

(Lousie Glück)

1. O estudo da memória dos telespectadores

Glück (1996), no poema *Nostos*, escreve que a memória é o que resulta da primeira observação que fazemos do mundo na infância. Chega o momento de considerar as noções sobre a memória até aqui discutidas, em relação à televisão portuguesa. Com as seguintes questões de partida em consideração: Quais são as categorias de programas que constituem uma memória partilhada pelos telespectadores? E como é que os rituais comemorativos de programas favoritos e os hábitos de socialização dos telespectadores enformam essa memória? Proponho, com este trabalho, estudar a memória cultural partilhada dos telespectadores.

Este tipo de memória será analisada através das respostas obtidas a um questionário escrito, composto por questões relativas a hábitos de visualização de programas televisivos, a hábitos de socialização relacionados com o consumo de programas televisivos e sobre a memória que guardam de programas da televisão portuguesa, intitulado “A memória coletiva dos telespectadores”. O público-alvo do questionário são telespectadores com domínio da língua portuguesa e que veem televisão ao ponto de terem um programa de televisão favorito e/ou terem uma opinião sobre um programa de televisão português que lhes seja memorável. Estes dois requisitos delimitam parte dos resultados para programas de televisão portugueses ao mesmo tempo que constroem uma imagem da memória cultural partilhada dos telespectadores e permitem identificar quais são os programas favoritos das pessoas inquiridas. A delimitação do estudo com base na língua portuguesa deve-se ao facto de

a “(...) memória coletiva é específica culturalmente, ao responder às necessidades de uma sociedade em específico numa altura específica.”⁷³ (Landsberg, 2004, p. 8)

Adicionalmente foi necessário estudar os hábitos de socialização das pessoas inquiridas de forma a complementar a análise da constituição da memória dos telespectadores. O papel da socialização é fundamental no estabelecimento da memória cultural, ao possibilitar uma análise comparativa entre a socialização, outros aspectos relacionados com hábitos de visualização e hábitos dos telespectadores para manterem o seu programa de televisão favorito nas suas memórias. Duas características estudadas foram a relação do telespectador com os programas de televisão dos quais gosta e as emoções que são sentidas quando as pessoas se lembram desses programas.

We have some sense from our own viewing patterns that there are times when we are very engaged with what we watch and others when we are simply sitting in front of the screen to pass time. The difference between these moments is often marked by our emotional response to what we are watching (...). (Gorton, 2009, p. 2)

Gorton defende que a resposta emocional a um programa de televisão é importante para captar a atenção do telespectador, o que é um dado importante para entender como um programa de televisão entra na memória cultural partilhada dos telespectadores. As características capazes de produzir emoção de um programa são, “(...) ‘marcadores emocionais’, ‘mood-cues’, ‘cenas de empatia’, música, identificação e empatia e qualidades estéticas (...).”⁷⁴ (Gorton, 2009, p. 84) Como tal, o questionário aborda a questão da emoção em relação à lembrança dos programas de televisão favoritos e das razões que levam as pessoas inquiridas a indicar um programa em específico como o mais memorável da televisão portuguesa.

Para além da resposta emocional, a televisão propõe a experiência de viver outras realidades, o que também é um dos aspectos que para Gorton tornam a televisão tão popular. “Ver as vidas ficcionais de outras pessoas, a desenrolarem-se no ecrã, dá a

⁷³ Original, “(...) collective memory is culturally specific, responding to the needs of a particular society at a particular time.” (Landsberg, 2008, p. 8)

⁷⁴ Original: “(...) ‘emotion markers’, ‘mood-cues’, ‘the scene of empathy’, music, identification and empathy and aesthetic qualities work together to produce emotion.” (Gorton, 2009, p. 84)

oportunidade ao espectador de refletir, de viver indiretamente, de falar com o parceiro (que poderá também estar a ver) e começar diálogos sobre a própria situação doméstica.”⁷⁵ (Gorton, 2009, p. 124) A ligação que o espectador cria ao ver e a seguir uma série de televisão é mais forte do que a ligação que é criada quando se vê um filme, porque há uma exposição prolongada ao longo do tempo.

No matter how adept a film is at constructing an intimate portrayal of a person's life, it does not compare with the slow-building portrait offered in a long-running series on television. The everydayness of television allows viewers to witness the ambivalence, contradiction and confusion that bound most of our lives. (Gorton, 2009, p. 124)

Esta exposição prolongada cria também mais oportunidades para o espectador falar com outras pessoas sobre o programa e até refletir sobre o mesmo. Inclusive, esta reflexão e discussão sobre programas de televisão é até encorajada e vista como uma indústria paralela, especialmente sobre telenovelas através de revistas e publicações online dedicadas ao mundo desta produção audiovisual (figura 2). O que leva a questionar as pessoas inquiridas sobre os seus hábitos de socialização relativamente aos programas que veem, em ordem a relacionar também com as razões que levam um programa da televisão portuguesa a ser memorável. Um estudo conduzido pela agência de comunicação Initiative (2012) revelou que 61% das pessoas que falam sobre os programas que veem na televisão, concordam que veem mais televisão desde que começaram a falar online sobre os programas que costumam ver. O estudo define estas pessoas como “TV Talkers”, que são pessoas que estão por dentro da cultura pop e que fazem publicações nas redes sociais sobre os conteúdos televisivos que consomem. (The New Power of Television: How Social is Revitalizing the Future of TV, 2012) Ou seja, a necessidade de falar online sobre um programa de televisão está a fazer com que os telespectadores atentos, como são chamados pelo estudo da agência Initiative (2012), voltem a ver televisão.

⁷⁵ Original: “Watching other people's fictional lives unfold on screen gives a viewer a chance to reflect, to experience things vicariously, to talk to a partner (who might be watching too) and enter into conversations about your own domestic arrangements.” (Gorton, 2009, p. 124)

Ao levar em consideração as novas formas de ver televisão e a facilidade de acessar programas televisivos que não estão a ser emitidos no momento, tornou-se pertinente questionar as pessoas inquiridas sobre se já voltaram a ver algum dos seus programas favoritos novamente, sobre a existência de algum programa que gostariam de ver novamente emitido e sobre os dispositivos que usam para ver programas de televisão.

Thanks to social networks and other digital platforms, most television viewers now have the opportunity to climb aboard the flagship of days gone by, bringing with them, in diverse but always enriching ways, fragments of a past that clearly reflects their own personal experiences. (Lozano, 2013, p. 140)

O público tem novos meios de acesso a conteúdos já emitidos e segundo Lozano (2013) este acesso promove novas experiências positivas ao revisitar objetos audiovisuais do passado com novos conhecimentos do presente. Ao ter em consideração uma das práticas que as plataformas digitais oferecem, o 'binge watching', foi pertinente questionar as pessoas inquiridas se têm o hábito de voltar a ver as suas séries favoritas. Esta pergunta vai ao encontro do que Sung et al. (2018) defendem sobre as razões para as "(...) pessoas fazerem binge watching a programas, possivelmente, para quebrar a rotina diária, para melhorar a satisfação, e/ou reforçar a interação social."⁷⁶ (Sung et al., 2018, p. 412) Aqui o 'binge watching' é visto como uma potencial ferramenta de promoção da interação social que, segundo Murray (2019), tem origem num desejo de imitar o outro. "O binge watching não é um fenómeno social, mas sim uma consequência previsível da tentativa do espectador isolado de continuar a sua imitação do público coletivo."⁷⁷ (Murray, 2019, p. 69) Ao considerarmos a interação social por esta ótica da imitação, podemos entender o binge watching como um comportamento com uma conotação negativa.

⁷⁶ Original, "(...) people may binge watch programs in order to break away from the daily grind, to enhance enjoyment, and/or to reinforce social interaction." (Sung et al., 2018, p. 412)

⁷⁷ Original, "Binge-watching is not a social phenomenon but rather a predictable consequence of the isolated viewer trying to resume his or her mimicry of the collective audience." (Murray, 2019, p. 69)

2. Metodologia do estudo e da análise de resultados

Recorreu-se a um questionário online, elaborado com recurso à ferramenta Google Forms, com um total de 20 questões das quais 10 eram de escolha múltipla, 8 de resposta aberta e em 2 questões existia a opção de assinalar mais do que uma resposta da escolha múltipla. Por ser um questionário exclusivamente online, o único método de partilha foi através de redes sociais e por email, para blogues e páginas de cultura pop. As redes sociais utilizadas para a divulgação do questionário foram o Facebook, o Instagram, o X⁷⁸ e o LinkedIn. No Facebook, para além de ter sido partilhado como postagem no meu perfil pessoal, o questionário foi também partilhado dentro de grupos de discussão sobre cultura pop e partilhado diretamente por mensagem direta com páginas de cultura pop dessa rede social. O que se traduz no método da amostragem por conveniência.

Deste modo, não existiu um controlo de quem respondia ao questionário, apesar de direcionar o questionário para um público-alvo específico, que são pessoas que consomem conteúdos televisivos e de plataformas de streaming e que têm interesse em discutir ou ler sobre os conteúdos que consomem. O restante público-alvo abrangido com a partilha geral do questionário feito nas minhas contas pessoais das plataformas mencionadas, foram familiares, amigos, colegas de trabalho, pessoas com interesses comuns e, da mesma maneira, as esferas sociais dessas mesmas pessoas que partilharam o questionário através das suas contas nas redes sociais, segundo uma amostragem por bola de neve. O objetivo é analisar os hábitos das pessoas inquiridas e refletir sobre a representatividade da amostra, considerando a expressão do estudo de caso em questão.

O questionário foi lançado em novembro de 2023 e ficou disponível até janeiro de 2024, encerrando com 86 respostas. Os resultados foram analisados de forma quantitativa, apesar da presente amostra não poder ser extrapolada para a generalidade da população devido a este ser um estudo de caso exploratório. Para além da análise quantitativa, foi feita ainda uma análise comparativa entre respostas para obter novos dados sobre a memória cultural partilhada e os hábitos de consumo de programas

⁷⁸ Anteriormente conhecido como Twitter.

televisivos dos telespectadores. Para classificar certas respostas para que fosse possível proceder à sua análise, foi necessário identificar os géneros televisivos das respostas dadas ao inquérito. O género televisivo é um híbrido influenciado pela literatura e pelo cinema, que segundo Newcomb (1984), se desenvolve. “O desenvolvimento dos géneros ocorre sempre de novo, perante os nossos olhos. As versões antigas dos géneros permanecem em diálogo com os seus parentes mais recentes.”⁷⁹ (Newcomb, 1984, p. 43) Ainda sobre a ligação entre o género literário e o género televisivo,

another conclusion to be drawn from the dead-ends of literary theory is that it is futile to aspire to a definitive and universal typology classifying programmes as essences, without taking into account the role of this classification in what can legitimately be called televisual communication. (Jost & Libbrecht, 1998, p. 101)

Jost (1998) afirma, assim, uma cautela em proceder a uma interpretação da teoria literária para classificar os programas televisivos por género, e como esta classificação tem de ter sempre em conta as características do programa em si, ao ser um objeto da comunicação audiovisual. Com isto em conta, existe ainda um fator a ter em conta quando pensamos o género televisivo, que é a leitura que cada telespectador faz da mensagem como relembra Jost (1998).

If the rhetorical purpose of labels is to influence expectations, they have to come to terms with the competence of viewers who interpret documents in relation to knowledge and beliefs attached to audiovisual genres which sometimes predated television (news, documentaries, fiction films), and to knowledge and beliefs peculiar to the relationship between the image and its object. Any document is in itself a promise of a relationship with a world, of which the mode or degree of existence conditions the viewers' adherence or participation; (Jost & Libbrecht, 1998, pp. 106-107)

Jost (1998) chama a atenção para o problema dos rótulos e como a sua finalidade pode ser diferente consoante “as competências do espectador” e a leitura que os telespectadores fazem com base no que conhecem sobre os restantes géneros do

⁷⁹ Original, “The development of genres occurs ever anew, before our eyes. Older versions of the genres remain in dialogue with their newer relatives.” (Newcomb, 1984, p. 43)

audiovisual, como o documentário e o filme. Para Jost (1998) todas estas características e nuances fazem com que o género seja também uma promessa de uma relação entre a obra audiovisual e o conhecimento que o espectador tem da mesma. O que vai ao encontro do que disse Hall (1994) sobre as razões que levam a audiência a interpretar a mensagem de várias formas, consoante as experiências, vivências e influências que cada pessoa teve na sua vida. Com todos estes conceitos e problemas em consideração, a classificação de géneros feita durante a análise de resultados foi com base em descrições dos programas, de informação fornecida pelos canais emissores dos mesmos, e com base em excertos audiovisuais dos mesmos, implementado desta forma alguns dos conceitos subjetivos sobre a origem do género televisivo.

3. Análise de resultados

À pergunta nº 1 “Tem um ou mais programas de televisão favoritos?”, de 86 pessoas, 69 pessoas responderam “Sim”, o que equivale a 80,2% dos inquiridos, e 17 responderam “Não”, igual a 19,8% das pessoas inquiridas. As pessoas que assinalaram a opção “Não” a esta pergunta, eram encaminhadas para a pergunta número 2. “Qual é para si o programa mais memorável da televisão portuguesa? E porquê?”.

Nas respostas à pergunta 1.1. “Quais são os seus programas de televisão favoritos?”, das 69 pessoas que responderam “Sim” à pergunta “Tem um ou mais programas de televisão favoritos?”, 58 pessoas indicaram os nomes dos seus programas favoritos e 11 pessoas responderam à pergunta com o género ou o formato do programa. O que equivale a 84,1% das pessoas inquiridas a nomearem programas e 15,9% dos inquiridos a não indicarem os seus programas favoritos por nome. Dentro de uma das respostas que indicava os programas favoritos por nome, um dos inquiridos indicou também um dos seus canais de televisão favoritos, sendo este o National Geographic. Outra pessoa que também respondeu com géneros de programas televisivos à pergunta, nomeou alguns dos seus programas favoritos nas perguntas 1.3. e 1.5., o que acabou por contribuir para a análise das respostas da questão 1.1.

Entre os programas de televisão favoritos dos inquiridos encontramos 139 programas diferentes, dos quais 113 são programas estrangeiros, o que corresponde a

81,3% de todos os programas dados como resposta. Dentro dos programas nacionais apontados, 10 são programas adaptados de outros programas com origem noutra país, o que faz 7,2% de todos os programas enumerados e 16 desses são programas com origem em Portugal, igual a 11,5%. Para além do território de origem dos programas, 125 deles são programas de stock, o que corresponde a 89,9%, e os restantes 14 são programas de fluxo, ou seja 10,1% dos programas dados como resposta à pergunta.

Apesar da pergunta número 1.1 ser de resposta aberta, verificou-se que várias pessoas indicaram os mesmos programas como favoritos. Os programas que aparecem mais do que uma vez como resposta são: *Taskmaster* (RTP, 2022 – presente) que foi a resposta de 11 pessoas; *Our Flag Means Death* (HBO Max, 2022 – 2023), a ser o programa favorito de 6 pessoas; *Friends* (NBC, 1994 – 2004) com 5 fãs; *Good Omens* (Prime Video, 2019 – presente) a aparecer 4 vezes como resposta, o mesmo acontece com *Joker* (RTP, 2018 – presente); *A Guerra dos Tronos* (HBO, 2011 – 2019), a ser o favorito de 3 pessoas, assim como *Ana com A* (CBC e Netflix, 2017 – 2019), *Dr. House* (FOX, 2004 – 2012), *Sons of Anarchy* (FX, 2008 – 2014), *The Boys* (Prime Video, 2019 – presente) e *What We Do In The Shadows* (FX, 2019 – 2024); *A Lenda de Vox Machina* (Prime Video, 2022 – presente), que foi a resposta de 2 pessoas, como *A Máscara* (SIC, 2020 – presente), *Alta Definição* (SIC, 2009 – presente), *American Dad* (FOX, 2005 – 2014 e TBS, 2014 – presente), *Angel* (The WB, 1999 – 2004), *Breaking Bad* (AMC, 2008 – 2013), *Conta-me Como Foi* (RTP, 2007 – 2023), *CSI: Crime Sob Investigação* (CBS, 2000 – 2015), *Doctor Who* (BBC1, 1963 – 1989 e BBC One, 2005 – presente), *Festa é Festa* (TVI, 2021 – presente), *Gossip Girl* (The CW, 2007 – 2012), *Isto é Gozar com Quem Trabalha* (SIC, 2020 – presente), *Isto Somos Nós* (NBC, 2016 – 2022), *Jess e os Rapazes* (FOX, 2011 – 2018), *Mentes Criminosas* (CBS, 2005 – 2020), *Morangos com Açúcar* (TVI, 2003 – 2012), *O Caminho das Estrelas* (NBC, 1966 – 1969), *O Mentalista* (CBS, 2008 – 2015), *O Último a Sair* (RTP, 2011), *Os Simpsons* (FOX, 1989 – presente), *Pôr do Sol* (RTP, 2021 – 2022), *Sobrenatural* (The WB, 2005 – 2006 e The CW, 2006 – 2020), *Steven Universe* (Cartoon Network, 2013 – 2019), *Stranger Things* (Netflix, 2016 – presente), *The Closer* (TNT, 2005 – 2012), *The Morning Show* (Apple TV+, 2019 – presente), *The Voice Portugal* (RTP, 2011 – presente) e *Uma Família Muito Moderna* (ABC, 2009 – 2020); Os restantes programas foram mencionados apenas uma vez (anexo 1).

No caso de programas como concursos, talent shows, reality shows e outros programas de variedades em que exista uma versão portuguesa, considerou-se a versão portuguesa a não ser que fosse especificado a versão do programa na resposta. Para as respostas em que os inquiridos não indicaram um programa, mas sim um género televisivo, elaborou-se a seguinte análise conservando género televisivo ou o tipo de programa indicado pelas pessoas inquiridas. Quatro pessoas indicaram “séries” (respostas nº 5, nº 14, nº 47 e nº 75 do apêndice B), uma pessoa mencionou séries dobradas em português (resposta nº 43 do apêndice B), “séries nacionais”, “telenovelas brasileiras” e “programas de auditório onde os músicos tocam ao vivo” (anexo 2). Uma pessoa inquirida indicou os seus programas de televisão favoritos como “Séries de ficção científica, fantasia, drama” (resposta nº 19 do apêndice B). Sitcoms, filmes e documentários aparecem duas vezes cada um como resposta. Os programas informativos surgem uma vez como resposta, assim como a palavra “Natureza” (resposta nº 32 do apêndice B) que remete para documentários sobre natureza e vida selvagem. Outra resposta que figura uma vez na pergunta 1.1. são as “Séries de crime e mistério (...)” (resposta nº 80 do apêndice B). A análise das idades das pessoas inquiridas mostrou uma tendência para indicar programas de televisão do mesmo género entre os 38 e os 62 anos.

Voltando a analisar as respostas das pessoas inquiridas que nomearam programas e procedendo a uma análise sobre os géneros televisivos desses programas, foi possível observar uma grande variedade de géneros televisivos e um público diverso para os vários géneros. Os resultados indicaram ainda que quando o número de programas mencionados dentro de um género é superior ao número de fãs do género televisivo, existem pessoas que indicaram vários programas dentro do mesmo género como resposta. Enquanto o inverso também ocorre, ou seja, um número maior de fãs de um género televisivo em que o género televisivo não demonstra uma variedade de programas, significa que as pessoas inquiridas mencionaram os mesmos ou o mesmo programa de televisão. Esta análise mostra quais são os géneros favoritos dos inquiridos através do número de fãs, como as sitcoms, os concursos, os programas de ficção científica, os dramas policiais, as comédias dramáticas, enquanto mostra também dentro

dos géneros a diversidade, ou não, dos programas favoritos das pessoas inquiridas (anexo 3).

À pergunta seguinte, 1.2. “Já viu algum desses programas mais do que uma vez?”, 63 pessoas responderam que “Sim”, o que equivale a 91,3%, e apenas 6 pessoas não reviram os seus programas favoritos, igual a 8,7% das pessoas inquiridas (figura 3).

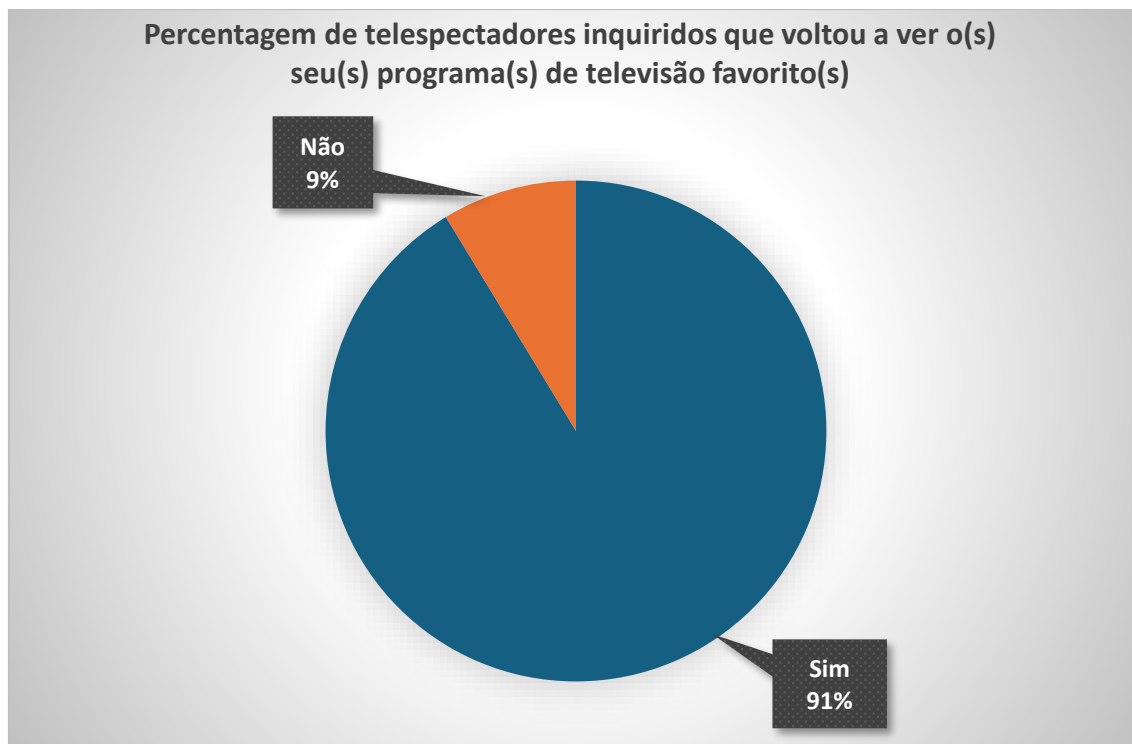


Figura 3 - Resultados à pergunta 1.2. “Já viu algum desses programas mais do que uma vez?”

As 63 pessoas que responderam com a opção “Sim” à pergunta 1.2., tiveram acesso às perguntas número 1.2.1. e 1.2.2. do questionário. Jenkins (1992a) identifica este hábito de rever os programas de televisão favoritos como parte natural do comportamento dos fãs, a que chama de fan viewing, “(...) o fan viewing é caracterizado por uma seleção consciente de um programa específico que é visto dedicadamente todas as semanas e é frequentemente relido, repetidamente, quer seja através de

repetições ou por gravação em cassetes de vídeo.”⁸⁰ (Jenkins, 1992a, p. 210) Atualmente existem ainda mais opções para rever um programa de televisão do que as duas apontadas por Jenkins, mas o que é certo é que esta já era uma prática habitual dos fãs no início dos anos 90.

A pergunta 1.2.1. “Depois de rever o programa, diria que a sua opinião sobre o mesmo mudou ou continuou a mesma?” tinha como opções de resposta “Mudou” ou “Continuou a mesma”, enquanto a pergunta seguinte inquiria “Surpreendeu-se com que se lembrava do mesmo ou a sua memória do programa foi fiel à realidade do mesmo?”, e tinha as seguintes frases como opção de resposta, “Sim, surpreendi-me” ou “Não, a memória foi fiel ao programa”. À pergunta 1.2.1. “Depois de rever o programa, diria que a sua opinião sobre o mesmo mudou ou continuou a mesma?”, 81% das pessoas inquiridas respondeu “Continuou a mesma” e os restantes 19% assinalaram a opção “Mudou”. O que significa que 51 pessoas continuaram a ter a mesma opinião sobre os seus programas de televisão favoritos mesmo depois de os voltar a ver, enquanto 12 pessoas mudaram a opinião que tinham sobre os seus programas de televisão favoritos.

Os resultados da pergunta seguinte, 1.2.2. “Surpreendeu-se com que se lembrava do mesmo ou a sua memória do programa foi fiel à realidade do mesmo?” mostram que 39,7% dos inquiridos foram surpreendidos com o que achavam que se lembravam do seu ou dos seus programas de televisão favoritos e 60,3% afirmaram que “Não, a memória foi fiel ao programa”. Uma vez que a percentagem de resultados entre estas duas respostas não é igual nem muito próxima, vale a pena comparar as respostas às duas perguntas para entender qual é a relação entre opinião e memória para os inquiridos. Quatro combinações de respostas ou quatro perfis, surgiram desta comparação (anexo 5). Os dois perfis com mais membros dizem respeito a quem indicou que a opinião que tinha continuou a mesma, onde 20 pessoas, 31,8%, diz ter ficado surpreendida com o que se lembrava acerca do programa e 31 pessoas, 49,2%, afirma que a memória foi fiel ao programa e por isso a opinião que tinham do programa não se alterou como resultado.

⁸⁰ Original, “(...) fan viewing is characterized by a conscious selection of a specific program which is viewed faithfully from week to week and is often reread repeatedly either through reruns or through videotape archiving.” (Jenkins, 1992a, p. 210)

A percentagem de pessoas inquiridas cuja opinião mudou foi menor com 7,9%, o equivalente a 5 pessoas, a dizerem que foram surpreendidas com o que se lembravam sobre os programas. No entanto, as restantes 7 pessoas, 11,1%, afirmaram que a memória que tinham do programa foi fiel embora tenham mudado de opinião sobre o programa.

Estes resultados recontextualizam a questão de opinião pessoal de um programa de televisão e a memória que se tem do mesmo, uma vez que demonstram que estes fatores não são mutuamente exclusivos. A opinião sobre um programa de televisão, tendo em conta os valores que este transmite em relação à época em que foi feito ou emitido, é um fator mutável ao longo do tempo e está dependente do espectador e das suas experiências de vida. A memória ao ser ela própria reconstrutiva, devido a fatores pessoais como experiências de vida ou eventos marcantes, também suporta os resultados desta análise em que 25 pessoas afirmam que foram surpreendidas com o que se lembravam acerca dos seus programas de televisão favoritos.

Considerando os vários fatores que contribuem para a mudança de opinião sobre algo como um programa de televisão favorito, procedeu-se à análise das idades e da década do início de emissão dos programas de televisão favoritos das 12 pessoas que afirmaram que a opinião que tinham sobre os seus programas de televisão favoritos mudou após voltarem a ver os mesmos (anexo 6). Dessas doze, duas pessoas não nomearam programas de televisão favoritos, mas sim formatos ou géneros, de modo que para esta análise foram analisadas as respostas de dez pessoas participantes no estudo.

A década de início de emissão dos programas de televisão favoritos dos inquiridos que mudaram de opinião após os voltarem a ver fixou-se entre a década de 1960 e a presente década de 2020. Três pessoas indicaram programas da década de 1960, duas pessoas indicaram programas que começaram na década de 1980 e outras duas pessoas nomearam programas da década de 1990.

A década com mais programas cujos telespectadores mudaram a opinião que tinham dos programas foi a década de 2000, com oito pessoas a indicarem programas desse período de dez anos. Sete pessoas indicaram programas começados na década de

2010 e os programas de televisão da década de 2020 foram nomeados por cinco pessoas. Em média, cada pessoa indicou 2,7 décadas com a sua resposta.

Na pergunta 1.3. “Que emoções tem quando se lembra dos seus programas de televisão favoritos? E porque acha que se sente dessa maneira?”, sendo esta uma questão de resposta aberta, os inquiridos podiam escrever um parágrafo de texto entre 200 e 500 caracteres. 69 pessoas responderam, dentro deste número, 39 pessoas incluíram na sua resposta a razão para a maneira como se sentem ou justificaram a sua resposta de alguma maneira. 30 pessoas responderam à pergunta mencionando apenas emoções, estados emotivos ou conceitos. Estas emoções, estados emotivos ou conceitos podem assim ser classificados como algo positivo, neutro ou negativo. Dentro destas emoções as mais populares nas respostas das pessoas inquiridas foram alegria e felicidade a aparecerem 17 e 14 vezes respetivamente, ambas categorizadas como emoções positivas. Categorizada como neutra, a mais mencionada foi a nostalgia, a aparecer em 24 respostas. Na categoria das negativas, os sentimentos de infelicidade ou tristeza foram usados em 5 respostas para descrever como estas pessoas se sentem quando se lembram dos seus programas de televisão favoritos (anexo 7).

Vale a pena mencionar que as emoções e/ou estados emotivos classificados como negativos nunca aparecem isolados numa resposta, ou seja as pessoas que mencionaram emoções negativas fizeram-no em conjunto com emoções, estados emotivos ou conceitos que foram classificados como neutros ou como positivos.

Os motivos para os sentimentos dados como resposta são vários e como tal categorizados por temas. Os temas são os seguintes: as razões que indiquem elementos técnicos e da qualidade do programa televisivo, as respostas estão contempladas na categoria ou tema “técnica”; para respostas em que a razão seja porque o programa proporciona ou significa um momento de fuga, de alívio do quotidiano ou momentos de descontração do dia, criou-se a categoria “escape”; as respostas que indicam um relembrar ou transporte a momentos do passado foram contabilizadas na categoria “passado”; as perguntas que expressem a vontade de ver o programa novamente como se fosse a primeira vez, sem memória anterior do mesmo, estão classificados como “ver o programa como se fosse a primeira vez”; respostas cujo motivo seja ligado aos sentimentos que a emoção traz, quando existe uma ligação sentimental ao programa de

televisão, o motivo foi classificado como “sentimento”; motivos que mostrem que o programa é um veículo para socializar com outras pessoas, sejam estas familiares ou amigos, pertencem à categoria “socialização”; respostas que manifestem que o programa faz parte da identidade pessoal da pessoa inquirida foram categorizadas como “identidade”; e por fim, motivos que indicassem empatia com as personagens do programa televisivo, ao ponto de sentir a existência de uma relação foram categorizados como “relação parassocial”. Todas estas respostas continham motivos que pertencem a um e por vezes a dois temas ou categorias.

Uma relação parassocial é um termo cunhado por Horton e Wohl (1956) e segundo Perse e Rubin (1989), “uma relação parassocial é uma relação interpessoal considerada por um telespectador com uma celebridade mediática.”⁸¹ (Perse & Rubin, 1989, p. 59) Este tipo de relações acontece porque, “apesar da interação parassocial se basear numa interação substituta (ver televisão) em vez de uma interação atual, os telespectadores sentem que conhecem e compreendem a persona da mesma maneira íntima que conhecem e compreendem os amigos da vida real.”⁸² (Perse & Rubin, 1989, p. 60)

Desta forma, o tema do “passado” ocorreu em 14 das 39 respostas, os motivos relativos a “escape” foram contabilizados 10 vezes, enquanto razões relacionadas com a “técnica” dos programas figuraram 6 vezes nas respostas à pergunta 1.3. As razões sentimentais, categorizadas como “sentimento” foram encontradas em 5 respostas e o tema da “socialização” ocorreu em 4 das 39 respostas com justificação. “Ver o programa como se fosse a primeira vez” foi recorrente em 2 respostas, tal como respostas com referência a uma “relação parassocial”, que também foi mencionado em duas respostas. Por fim, com apenas 1 referência em 39 ficou o tema da “identidade” (anexo 8 e figura 4).

⁸¹ Original, “Parasocial interaction is a perceived interpersonal relationship on the part of a television viewer with a mass media persona.” (Perse & Rubin, 1989, p. 59)

⁸² Original, “Although parasocial interaction is based on vicarious interaction (television viewing) rather than actual interaction, viewers feel that they know and understand the persona in the same intimate way they know and understand flesh-and-blood friends.” (Perse & Rubin, 1989, p. 60)

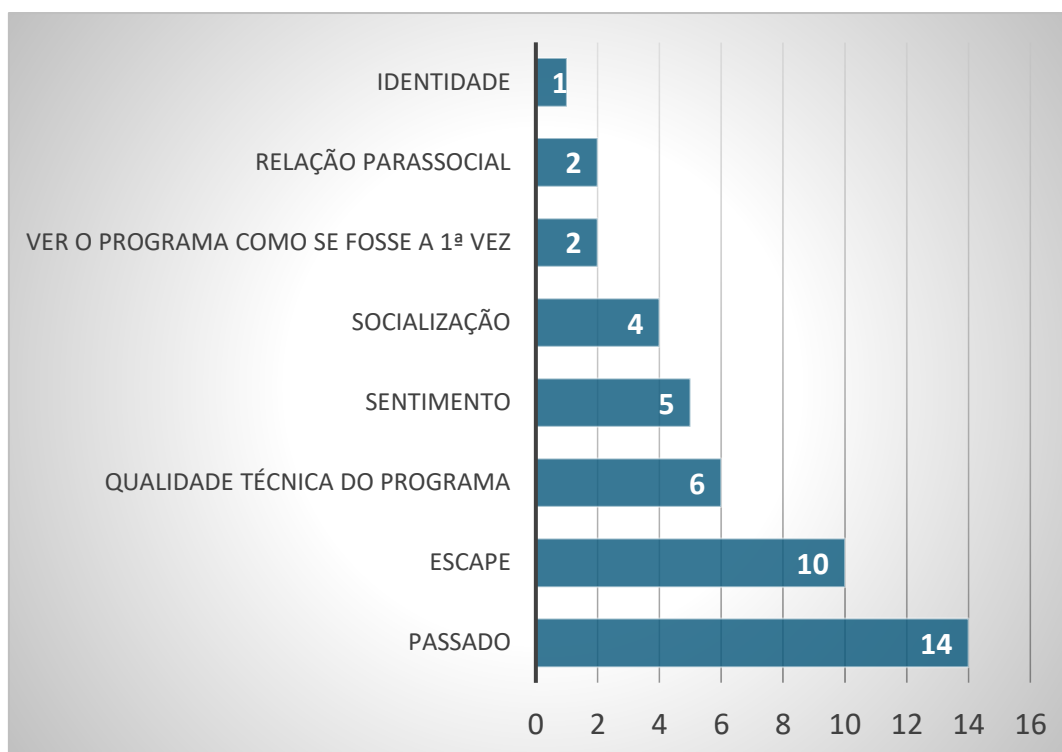


Figura 4 - Razões para as emoções e os sentimentos evocados pelos programas de televisão favoritos dos telespectadores.

A pergunta seguinte do questionário, 1.4. “Por que razões gosta dos programas?”, foi de resposta livre e ao analisar os resultados é possível verificar os seguintes temas nas respostas: temática sentimental ou pessoal, temática técnica e temática pedagógica. No caso de respostas com mais do que uma destas temáticas, a resposta figura em todas as categorias em que se enquadra. A temática sentimental ou pessoal aplica-se às respostas que tenham sentimentos, emoções e/ou referências pessoais. A temática técnica é sobre as respostas que mencionam características técnicas do objeto audiovisual. Enquanto a temática pedagógica enquadra-se nas respostas em que a pessoa inquirida indica que aconteceu transmissão de conhecimento ou de cultura. Desse modo, a análise mostrou que 46 respostas foram de temática sentimental ou pessoal, 28 respostas continham motivos sobre a técnica do programa e 6 respostas abordaram motivos referentes à componente pedagógica do programa de televisão (anexo 9 e figura 5).

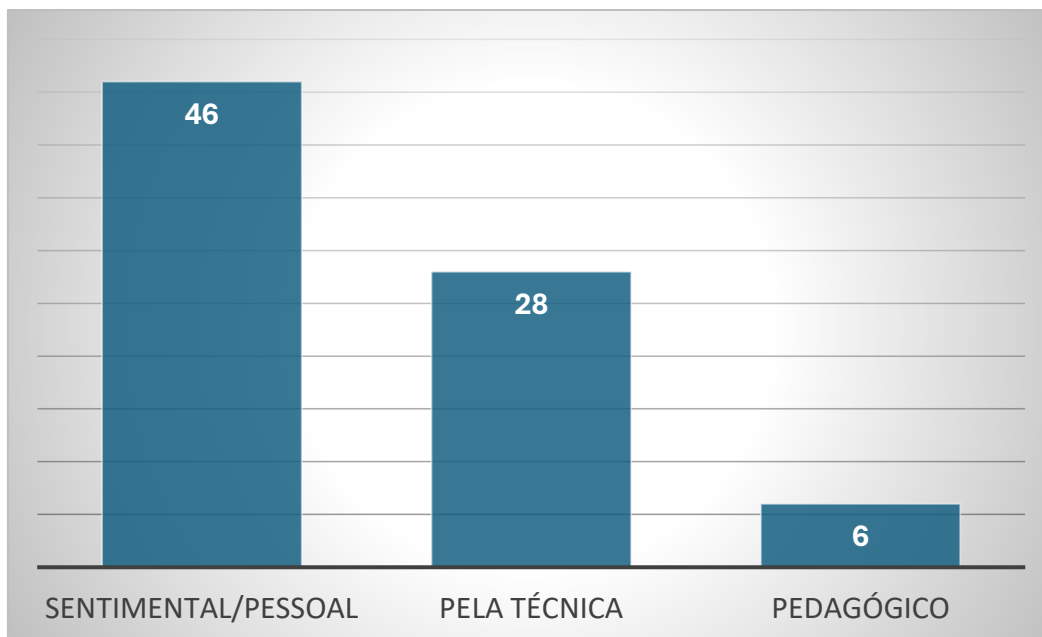


Figura 4 - Motivos dados pelos telespectadores inquiridos como resposta à pergunta 1.4.

A pergunta 1.5., “Faz alguma coisa para manter os seus programas favoritos na sua memória? O que faz e porque acha que o faz?”, recebeu 69 respostas. Dessas respostas, 21 pessoas disseram que não fazem nada de específico para manter os seus programas favoritos na memória. As restantes pessoas inquiridas responderam com exemplos do que fazem para manter as suas memórias dos programas e os próprios programas também na sua memória. 6 pessoas responderam negativamente, mas com foco na memória, uma vez que não fazem nada de específico para os manter na memória uma vez que têm os programas na memória, que é algo que ocorre naturalmente ou que “(...) alguns apenas ficam” (resposta nº 14 do apêndice B). 1 pessoa respondeu “N/a” (resposta nº 69 do apêndice B), ou seja, considerou a pergunta não se aplicava ao seu caso. 1 pessoa disse que não sabia e outra respondeu que fazia pouca coisa, no entanto tinha a banda sonora da série no telemóvel. As restantes 33 pessoas que responderam ao inquérito descreveram as maneiras e os rituais que usam para manter os seus programas favoritos na sua memória.

Ao analisar as respostas à pergunta 1.5. surge a seguinte segmentação temática (figura 5): respostas que demonstram uma participação na cultura do programa, a ‘cultura participável dos media’ ou *fandom*, como a produção artística de conteúdo feita por fãs, para fãs; o tema da socialização para respostas que ilustram a discussão do

programa com outras pessoas, seja esta discussão online ou não, e a partilha do programa com outras pessoas através das redes sociais; respostas que indiquem uma assimilação do programa à vida pessoal do telespectador, como referenciar o programa ou reproduzir canções do programa; a categoria da visualização repetida para as respostas que demonstrem que o telespectador volta a ver o programa ou que procura rever os melhores momentos; as respostas que indiquem aquisição de objetos relativos ao programa estarão representadas na categoria de colecionismo; a categoria memória é relativa às respostas em que a pessoa inquirida apenas mencione que o mesmo simplesmente fica na memória e que não faz nada para isso; para quem mencionou que procura sobre o material original que criou o programa, como livros, para quem se mantém atualizado sobre a produção do programa e para quem segue o programa nas redes sociais, criou-se a categoria de ler e seguir coisas sobre o programa;

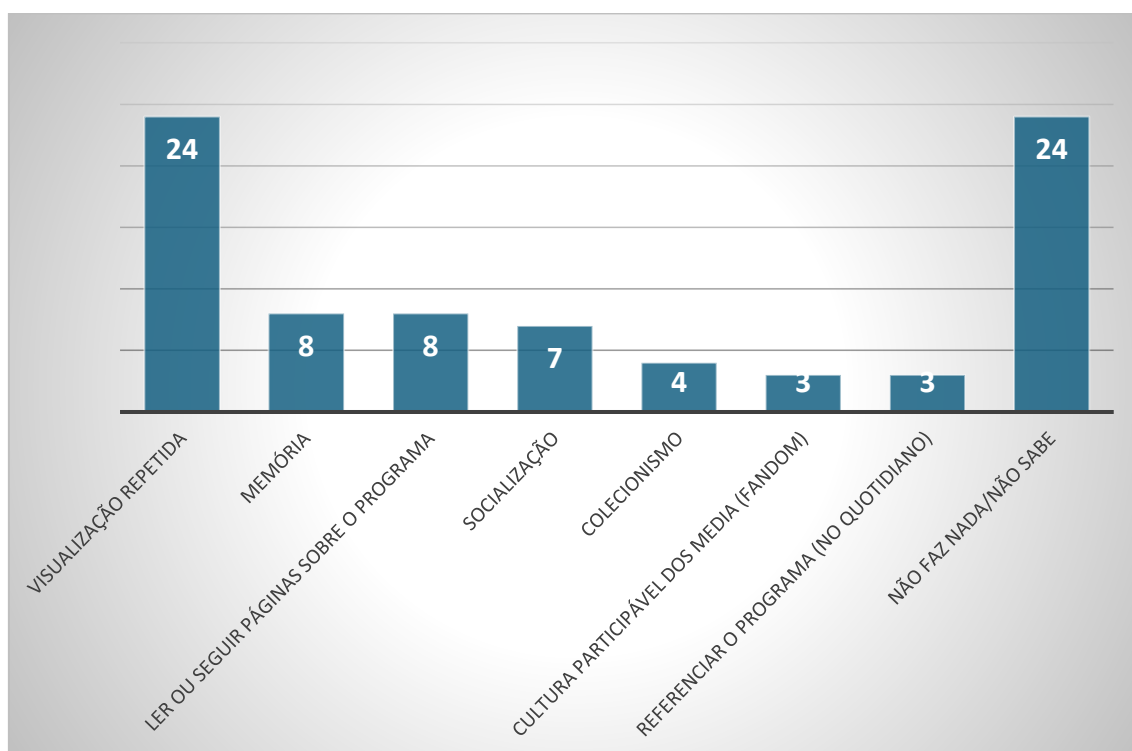


Figura 5 - Comportamentos comemorativos e/ou rememorativos dos telespectadores

Dentro destas categorias, a mais popular entre as pessoas inquiridas foi a categoria da visualização repetida, com 24 respostas a serem indicativas desta prática. 8 respostas mencionaram a memória como mecanismo para lembrar os programas de televisão, também com 8 menções nas respostas está a prática de ler sobre o programa ou seguir conteúdo sobre o programa nas redes sociais. A socialização com outras

peças, ou seja, falar sobre o programa teve 7 menções nas respostas à pergunta 1.5. 5 das respostas pertencem ao tema de referenciar o programa no cotidiano. O colecionismo foi mencionado em 4 respostas, enquanto 3 respostas enquadram-se na categoria da 'cultura participável dos media'. As restantes 24 respostas a esta pergunta indicaram que as pessoas inquiridas não fazem nada de específico para manter os seus programas de televisão favoritos na memória ou não sabem responder à pergunta, na medida em que não sabem se fazem algo específico para manter os seus programas favoritos na memória. 11 das 69 pessoas inquiridas que respondeu à pergunta 1.5., respondeu com mais do que um tema ou categoria (anexo 10).

Algumas das pessoas participantes do estudo que responderam à pergunta 1.5. deram respostas que encaixam em algumas das categorias de tipo de telespectador desenvolvidas por García-Avilés (2012). O perfil dos telespectadores seguidores aplica-se para respostas a mencionar algum tipo de socialização. Outro perfil encontrado foi o do telespectador comentador, para quem segue e/ou lê sobre o programa na internet e/ou redes sociais. O último perfil identificado dentro das respostas à pergunta 1.5., foi o do telespectador consumidor em referência a quem respondeu que coleciona e compra objetos sobre o programa ou do seu programa favorito.

No entanto, 16 pessoas que responderam negativamente à pergunta 1.5., "Faz alguma coisa para manter os seus programas favoritos na sua memória?", responderam afirmativamente à pergunta 1.2., "Já viu algum desses programas mais do que uma vez?".

Relativamente às respostas à pergunta 1.2.1., "Depois de rever o programa, diria que a sua opinião sobre o mesmo mudou ou continuou a mesma?", das 16 pessoas, 14 disseram que a opinião que tinham sobre o programa continuou a mesma e 2 pessoas afirmaram que a sua opinião mudou.

Já à pergunta seguinte, 1.2.2., "Surpreendeu-se com que se lembrava do mesmo ou a sua memória do programa foi fiel à realidade do mesmo?", destas 16 pessoas, 11 responderam "Não, a memória foi fiel ao programa" e as restantes 5 assinalaram a opção "Sim, surpreendi-me".

Sobre estes resultados é possível verificar que estas 16 pessoas não consideraram que voltar a ver um programa de televisão seja uma forma de reavivar a memória, o que fica bastante claro quando se analisam as respostas das mesmas pessoas às perguntas que remetem para a questão da memória reconstitutiva.

A pergunta número 2, “Qual é para si o programa mais memorável da televisão portuguesa? E porquê?” teve 80 respostas válidas, o que corresponde a 93,2% dos participantes, 6 das respostas – o correspondente a 6,8% – não são válidas por não indicarem nenhum programa. As razões apontadas pelos participantes para não conseguirem identificar um programa da televisão portuguesa que lhes fosse memorável foram: “Não tenho” (resposta nº 9 do apêndice B), “Não costumo ver nada que seja português, oops” (resposta nº 31 do apêndice B), por ser “Difícil ahah” (resposta nº 46 do apêndice B), “Depende da geração...” (resposta nº 53 do apêndice B), “Não tenho opinião, são todos muito maus” (resposta nº 55 do apêndice B) e “Herman José” (resposta nº 75 do apêndice B). Ainda dentro das respostas válidas, 5 pessoas apontaram mais do que um programa que consideram memorável. Em 80 respostas válidas, 52 inquiridos justificou as razões que levaram a escolher o programa da primeira parte da resposta como o mais memorável da televisão portuguesa. Uma das respostas, apesar de válida com dois programas identificados facilmente, não foi possível identificar um deles por ser descrito apenas por “Talkshow Bruno Nogueira” (resposta nº 50 do apêndice B) e dentro desta categoria existirem dois programas que se encaixam nesta definição. Os programas em questão são *Lado B* (RTP, 2010) e *Fugiram de Casa de Seus Pais* (RTP, 2017 – 2018).

Foram indicados como resposta 32 programas distintos, dos quais 16 são programas nacionais, o correspondente a 50% de todos os programas dados como resposta à pergunta número 2. Correspondente a 6,25% das respostas, estão 2 programas estrangeiros e 14 das respostas são programas portugueses adaptados de outros programas internacionais, igual a 43,75% das respostas. Dentro dos 32 programas indicados como resposta, 16 são programas de fluxo, o correspondente a 50% das respostas, e outros 16 são programas de stock, igual aos outros 50%. Esta igualdade de programas em relação às percentagens dos programas de fluxo e aos de stock nesta pergunta em comparação com os programas com as mesmas características dados como

resposta à pergunta 1.1., deve-se à existência de mais programas como reality shows, concursos e programas informativos como resposta à pergunta número 2 em comparação com as respostas à pergunta número 1.1.

Dentro das respostas recebidas, estas podem ser classificadas por género e por década de emissão do programa. Foram identificados nove géneros televisivos nas respostas, sendo estes a ficção, o humor, o concurso (também conhecido como game show), o reality show, programas infantojuvenis, o talk show (ou programa de entrevistas, conversas e comentário), o programa de informação e o talent show (ou programa de talentos). O concurso televisivo foi o género mais indicado como resposta com 27 programas, os programas de ficção também foram bastante populares, contando com 21 programas apontados como memoráveis e o terceiro género mais memorável, com 17 programas contados como resposta foi o humor. No que diz respeito ao género infantojuvenil, foram nomeados 6 programas. Os talk shows apareceram 4 vezes como resposta, os talent shows e os programas de informação foram resposta 3 vezes cada e os programas do género reality show foram nomeados 2 vezes (anexo 11 e figura 6).

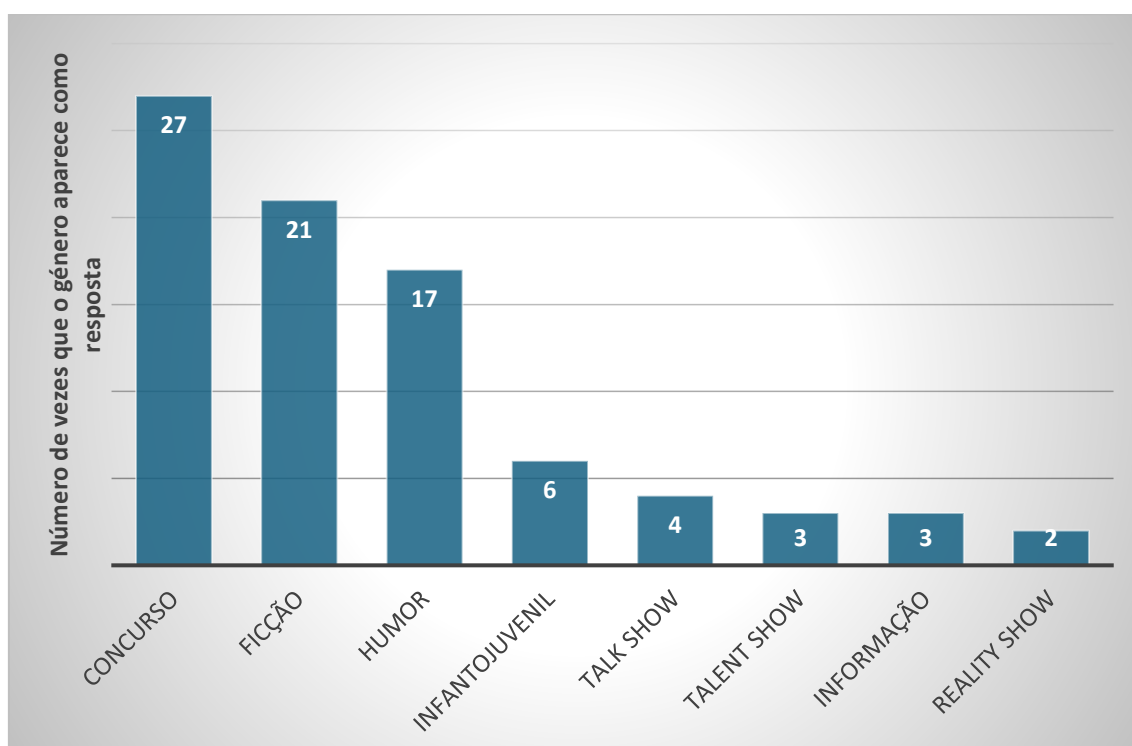


Figura 6 - Géneros televisivos presentes na memória cultural partilhada dos telespectadores.

Os programas mais memoráveis para as pessoas inquiridas, são os seguintes: *Preço Certo* (RTP, 1990 – presente), mencionado 9 vezes nas respostas à pergunta 2; Três programas de televisão foram mencionados igualmente, por 7 pessoas diferentes cada um e são eles os programas *Jogos Sem Fronteiras* (RTP, 1965 – 1999), *Morangos com Açúcar* (TVI, 2003 – 2012) e *O Tal Canal* (RTP, 1983 – 1984); A série *Conta-me Como Foi* (RTP, 2007 – 2023) foi mencionada como resposta por 6 pessoas inquiridas e o programa de humor *Herman Enciclopédia* (RTP, 1997 – 1998) foi mencionado 5 vezes; Também mencionado 5 vezes foi o concurso *Um, Dois, Três* (RTP, 1984 – 2005); Com 4 menções cada um, estão os programas *Pôr do Sol* (RTP, 2021 – 2022) e *Taskmaster* (RTP, 2022 – presente); O talk show *Big Show SIC* (SIC, 1995 – 2001) e a comédia satírica *O Último a Sair* (RTP, 2011) foram ambos mencionados 3 vezes; Os programas infantojuvenis *Ilha das Cores* (RTP, 2007 – 2009) e *Batatoon* (TVI, 1998 – 2007) foram, cada um destes programas, mencionados em 2 respostas. Os restantes programas que foram indicados como os mais memoráveis da televisão portuguesa tiveram apenas 1 menção e são eles, *Big Brother* (TVI, 2000), *A Formiga Ferdy [Ferdy, die Ameise]* (SWR Fernsehen, 1984 – 1985), que apesar de ser um desenho animado de produção alemã foi emitido pela RTP⁸³, *Hora H* (SIC, 2007 – 2008), *Clube Amigos Disney* (RTP, 1986 – 1989), *Ordem Moral* (RTP, 2021), *Alta Definição* (SIC, 2009 – presente), *Jardins Proibidos* (TVI, 2000 – 2001), *Dá-lhe Gás* (SIC, 1999 – 2005), *Secret Story: Casa dos Segredos* (TVI, 2010 – 2018), *Inspetor Max* (TVI, 2004 – 2019), “Qualquer jornal das 13h/20h.” (resposta nº 61 do apêndice B), “(...) as notícias da CMTV.” (resposta nº 62 do apêndice B) – estas duas respostas foram aceites porque indicam um género, os noticiários de informação, ao mesmo tempo que indicam um canal, CMTV, RTP, SIC e TVI –, *Operação Triunfo* (RTP, 2003 – 2010), *#CasaDoCais* (RTP, 2018 – 2020), *Ídolos* (SIC, 2003 – 2022), *Chuva de Estrelas* (SIC, 1993 – 2000), *Dança com as Estrelas* (TVI, 2013 – presente), *Gato Fedorento: Zé Carlos* (SIC, 2008 – 2009), *Quem Quer Ser Milionário* (RTP, 2000 – 2015) e *Sexta às 9* (RTP, 2012 – 2021).

De todos os programas memoráveis para as pessoas participantes no estudo, apenas 7 estão de momento no ar com episódios novos, como é o caso do *Preço Certo*,

⁸³ FERDY - *Infantis e Juvenis* - RTP (n.d.). Acedido no dia 20 de março de 2024, <https://www.rtp.pt/programa/tv/p1524>

de *Taskmaster*, do *Big Brother*, do *Alta Definição*, dos noticiários e do *Dança com as Estrelas*. No entanto, a pessoa inquirida que deu *Big Brother* como resposta especificou que é apenas a primeira edição que foi memorável, no ano 2000. Após uma análise dos canais de televisão que emitiram os programas apontados como os mais memoráveis, verificou-se que os programas dados como resposta pertencem a três estações de televisão e são estas a RTP, a SIC e a TVI. O caso do programa *A Formiga Ferdy*, do canal alemão SWR Fernsehen, foi contabilizado junto com os outros programas emitidos pela RTP, que foi a emissora do programa infantojuvenil em Portugal. Deste modo, 18 programas dados como resposta são ou foram emitidos por canais da RTP, 8 programas são ou foram emitidos por canais da SIC e outros 8 programas são ou foram emitidos pela TVI.

Em relação às décadas de início de emissão dos programas que foram indicados como os mais memoráveis da televisão portuguesa, verifica-se a presença de programas nas respostas que vão da década de 50 do século XX até à presente década de 2020. Com início na década de 1950, foi nomeado 1 programa, assim como acontece com a década de 1960, também com um programa nomeado que começou a emitir nesta década. 5 dos programas nomeados como resposta à pergunta número 2, foram emitidos pela primeira vez em 1980. Com início na década de 1990, pertencem 7 programas que foram indicados como resposta, enquanto da década de 2000 foram nomeados 11 programas. Pertencentes à década de 2010, foram dados 6 programas como resposta e 3 programas com início na década de 2020 foram indicados como o programa mais memorável da televisão portuguesa. Ao analisar as idades em comparação com o programa indicado como resposta (anexo 11), é possível observar que existe uma tendência de grupos de faixas etárias bastante aproximadas uma das outras em indicarem o mesmo programa como memorável, como veremos à frente.

Os motivos indicados pelas pessoas inquiridas para as respostas foram também analisados segundo categorias que descrevem a natureza do motivo. Deste modo, obtiveram-se as seguintes categorias: para respostas cujo motivo fossem detalhes técnicos do programa criou-se a categoria qualidade do programa; para programas em que as razões sejam aliadas à memória, seja porque a pessoa cresceu a ver o programa ou porque remete para memórias pessoais ou partilhadas com outras pessoas, são

respostas que estão representadas na categoria memória; a categoria da autenticidade para razões que apontem os programas como originais na televisão portuguesa; por fim, a categoria intitulada relevância cultural e/ou histórica para os programas considerados como marcos importantes na cultura e na história da televisão portuguesa (anexo 13). Na categoria da memória enquadraram-se 26 respostas, 10 respostas foram ligadas à relevância cultural e/ou histórica do programa, 9 programas são justificados como autênticos e 7 respostas continham o motivo da qualidade do programa (figura 7).

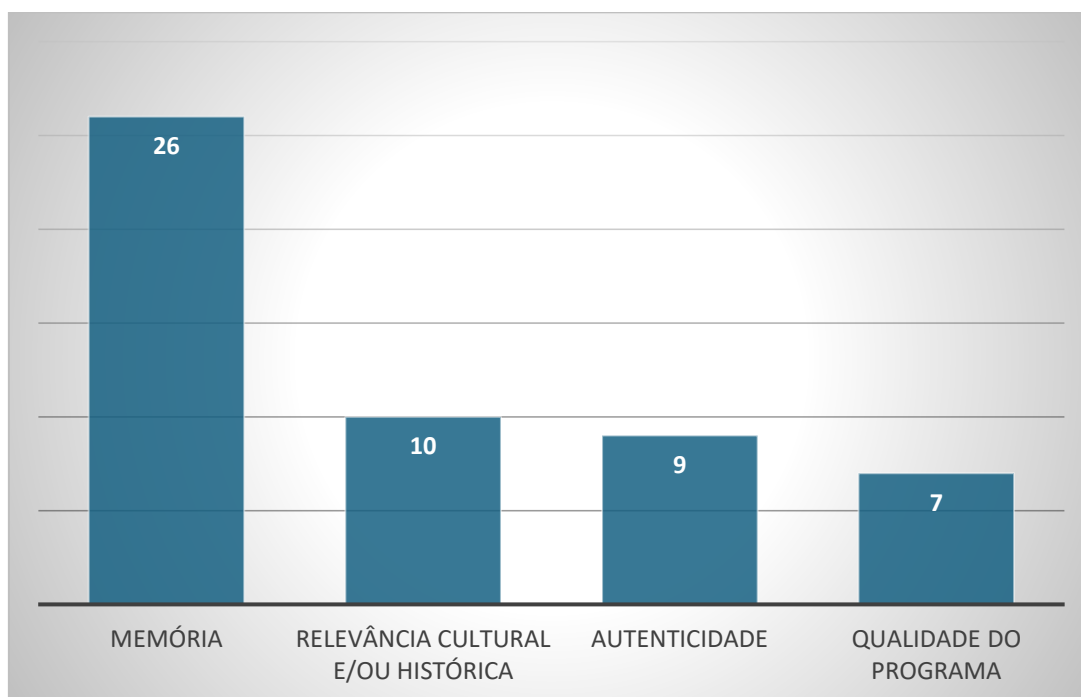


Figura 7 - Razões para que os programas sejam memoráveis para os telespectadores.

Dentro das 26 respostas cujo motivo é relacionado com a memória, foi possível identificar três subtemas para além de respostas que indiquem apenas que a pessoa simplesmente se lembra de ver o programa, mas que definem em que altura da sua vida a pessoa viu o programa, com quem ou que é um programa memorável por ser reconhecido por outras pessoas quando é feita uma referência ao mesmo. 22 respostas pertencem a estas subtemas, que são eles: a infância/adolescência, com 8 respostas; a família, com 10 respostas a referenciar memórias com membros da família; e fazer referências ao programa, com 4 respostas a remeterem para esta prática. As restantes 4 respostas mencionaram apenas o ato de lembrar, ou seja, a memória e por isso não pertencem a nenhum subtema.

Levando em consideração a teoria do período da saliência da reminiscência (Rathbone et al., 2008) referente a um período entre os 10 e os 30 anos, comparou-se a idade da pessoa inquirida com o período em que o programa indicado na resposta foi emitido (anexo 11). Das 80 respostas válidas à pergunta número dois, 59 respostas encontram-se dentro da saliência, o correspondente a 73,75%, e 21 respostas estão fora deste período da saliência da reminiscência, igual a 26,25% (figura 8). Ainda dentro das respostas que não estão dentro deste período ideal para as novas experiências e o processo que faz com que se solidifiquem em memórias, 12 destas 21 eram referentes à infância das pessoas inquiridas, ou seja até aos 9 anos, análogo a 57,1%; 3 respostas ou 14,3%, correspondiam a programas emitidos na idade adulta (mais de 30 anos) das pessoas inquiridas; os restantes 28,6%, 6 respostas, indicavam programas emitidos antes da pessoa inquirida ter nascido o que indica a possibilidade da pessoa ter visto o programa através de repetições.

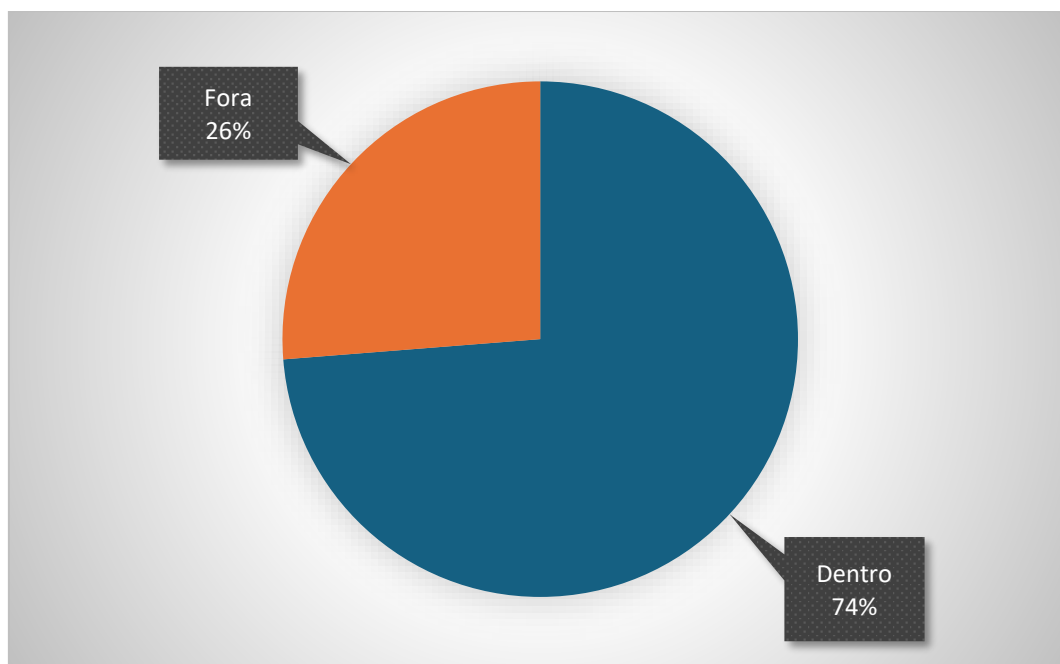


Figura 8 - Programas memoráveis em relação com o período da saliência da reminiscência.

À pergunta número 3., “Existe um ou mais programas de televisão que gostaria de ver novamente no ar?”, de 86 pessoas que responderam à pergunta, 65 responderam “Sim” – o que corresponde a 75,6% das pessoas inquiridas – e 21 “Não” – o

correspondente a 24,4% das pessoas inquiridas. A pergunta número 4., “Quando acaba de ver um programa de televisão, sente-se triste por esse fim?”, recebeu 47 respostas com a opção “Sim” e 39 pessoas assinalaram a opção “Não”. O que corresponde a 54,7% das pessoas que responderam ao questionário a responder de forma positiva a essa questão, versus 45,3% que responderam negativamente à mesma questão. A resposta afirmativa à pergunta número 4 dava acesso à questão 4.1., “Faz alguma coisa para se manter ligado ao universo daquele programa?”, ao que das 47 pessoas que responderam “Sim”, 55,3% – 26 pessoas – responderam “Sim” e 44,7% responderam “Não” – 21 pessoas.

Já a pergunta número 5. “Costuma falar socialmente sobre os programas de televisão que vê?” recebeu 86 respostas. Dentro desse número, 73 pessoas inquiridas responderam “Sim” e 13 responderam “Não”. Em percentagem, as respostas afirmativas correspondem a 84,9% e as negativas a 15,1% (figura 9).

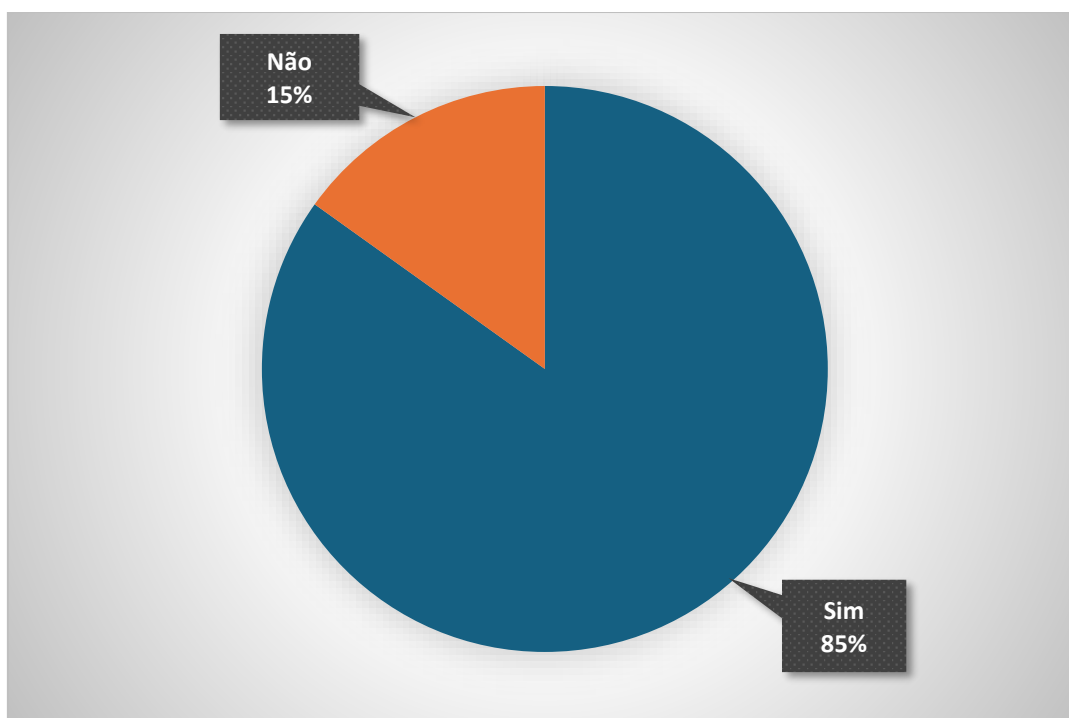


Figura 9 - Percentagem de telespectadores inquiridos que tem por hábito falar sobre os programas de televisão que vê.

As questões seguintes, 5.1. e 5.2. foram exclusivas para as 73 pessoas que responderam “Sim” na questão número 5, que perguntava se “Costuma falar socialmente sobre os programas de televisão que vê?”. A pergunta 5.1. “Sugere ou são-

lhe sugeridos programas para ver?” tinha quatro opções de resposta à escolha das pessoas inquiridas. 80,8% ou 59 pessoas, assinalaram a opção “Sim, dou e recebo sugestões”. 11%, 8 pessoas responderam com a opção “Sim, recebo sugestões”. 4 dos inquiridos, ou seja 5,5%, seleccionaram a resposta “Sim, dou sugestões” e apenas 2 pessoas, 2,7% “Não dou nem recebo sugestões” o que significa que conseguem falar sobre os programas de televisão sem sugerir a outras pessoas que vejam os mesmos e as pessoas do seu círculo social também não têm esse hábito. Por sua vez, na questão 5.2. “As conversas são online ou offline?”, as pessoas inquiridas podiam assinalar ambas as opções de resposta disponíveis, que eram estas “Online/na internet” e “Offline/em pessoa”.

Os resultados mostram que 68 pessoas responderam “Offline/em pessoa” e 44 pessoas responderam com a opção “Online/na internet”. Analisando quantas pessoas assinalaram ambas as opções, verificou-se que 39 pessoas responderam que têm o hábito de conversar sobre os programas de televisão que veem tanto na internet como cara a cara. 29 das 73 pessoas que responderam à pergunta conversa apenas “Offline/em pessoa” e apenas 5 pessoas assinalou unicamente a opção “Online/na internet”. Os resultados em percentagem foram os seguintes, 53,4% dos inquiridos conversam tanto “Online/na internet” como “Offline/em pessoa”, 39,7% das pessoas inquiridas conversa “Offline/em pessoa” e 6,9% apenas socializa ou conversa “Online/na internet” (anexo 14).

Ao comparar as respostas às questões 5.1. e 5.2., verifica-se uma intersecção com resultados significativos para duas combinações de respostas. 34 pessoas afirmaram que dão e recebem sugestões quando conversam sobre os programas de televisão que veem e que essas conversas tanto são na internet como em pessoa. 21 pessoas mostram que dão e recebem sugestões, mas que apenas falam sobre os programas de televisão que veem offline, cara a cara com outras pessoas. Outras combinações que apareceram, embora em menor número, foram: 7 pessoas afirmam que recebem sugestões e que as conversas são em pessoa; 4 dos inquiridos afirmaram que dão e recebem sugestões e que apenas conversam sobre os conteúdos que veem na internet; 3 pessoas inquiridas dizem dar sugestões e que tanto conversam online como offline; 1 pessoa confirmou dar sugestões mas apenas tem o hábito de o fazer na internet; 1 pessoa questionada

respondeu que embora não dê nem receba sugestões de programas para ver, conversa sobre programas televisivos tanto na internet como em pessoa; e outra pessoa inquirida afirmou que não dá nem recebe sugestões de visualização mas conversa em pessoa sobre programas de televisão (anexo 15).

A pergunta seguinte, 6. “Quando acaba de ver um programa ou um episódio, tem necessidade de falar sobre o que viu ou prefere refletir sobre o conteúdo que viu?”, foi respondida por todas as pessoas que participaram no questionário. Das três respostas possíveis, 73 pessoas assinalaram a opção “Depende do conteúdo que acabou de ver”, 7 pessoas responderam com a opção “Necessita falar” e 6 pessoas responderam que “Necessita refletir”. Em percentagens os resultados a esta questão são os seguintes: 84,9% dos inquiridos diz que a necessidade de falar sobre o que viu “Depende do conteúdo que acabou de ver”; 8,1% disse que “Necessita falar”; e 7% respondeu com a opção “Necessita refletir”.

Ao analisar as respostas à pergunta 5. “Costuma falar socialmente sobre os programas de televisão que vê?” em conjunto com as respostas da sexta pergunta, “Quando acaba de ver um programa ou um episódio, tem necessidade de falar sobre o que viu ou prefere refletir sobre o conteúdo que viu?”, observam-se os seguintes resultados: das 73 pessoas que responderam “Sim” à questão número cinco, 64 destas responderam em relação à pergunta seis, que “Depende do conteúdo que acabou de ver”; 7 pessoas responderam com “Necessita falar”; e 3 assinalaram a opção “Necessita refletir”. Por oposição, das 13 pessoas que responderam com “Não” à pergunta número cinco, 10 destas pessoas assinalaram a opção “Depende do conteúdo que acabou de ver” e as restantes 3 pessoas responderam com “Necessita refletir”, na pergunta número seis.

Os resultados desta comparação, demonstram que 3 pessoas que falam socialmente sobre os conteúdos televisivos que veem não o fazem logo de imediato, que têm o hábito de refletir primeiro sobre o que viram. Outro dado desta comparação é a possibilidade de 10 pessoas que responderam “Depende do conteúdo que acabou de ver” quando assinalaram a opção em como não falam socialmente sobre os programas de televisão que veem. Uma análise possível é a interpretação do termo socialização, que significa o “acto ou efeito de socializar” (Machado, 1981, p. 256) ou a “acção de

atribuir à colectividade.”(Machado, 1981, p. 256) A resposta destas 10 pessoas em relação à pergunta número seis, pode indicar que existe uma troca de palavras, uma conversa, sobre o que estas pessoas veem na televisão com pessoas em contextos que os inquiridos não consideram como socialização, com pessoas com quem já existe uma relação mais íntima, por exemplo.

Uma comparação adicional possível de se fazer é analisar os perfis obtidos da comparação entre a pergunta 5.1. com a pergunta 5.2. comparados com as respostas à pergunta 6. “Quando acaba de ver um programa ou um episódio, tem necessidade de falar sobre o que viu ou prefere refletir sobre o conteúdo que viu?”. Relembrando que a pergunta 5.1. “Sugere ou são-lhe sugeridos programas para ver?” e que a pergunta 5.2. é sobre se “As conversas são online ou offline?” A comparação entre estas duas perguntas revelou 9 perfis diferentes de socialização: o perfil número 1, são pessoas que dão e recebem sugestões de visualização de programas de televisão de outras pessoas e que, falam tanto online como offline sobre programas de televisão; o perfil número 2, pessoas que dão e recebem sugestões de visualização mas que apenas falam offline sobre programas de televisão; o perfil número 3, de pessoas que dão e recebem sugestões de visualização e que apenas falam online sobre programas de televisão; o perfil número 4, para pessoas que apenas recebem sugestões de visualização, mas que falam tanto online como offline sobre programas de televisão; o perfil número 5, de pessoas que apenas recebem sugestões de visualização e que falam apenas offline sobre programas de televisão; o perfil número 6, as pessoas que apenas dão sugestões de visualização e que falem tanto online como offline sobre programas de televisão; o perfil número 7, para pessoas que dão sugestões de visualização e que apenas falem online sobre programas de televisão; o perfil número 8, de pessoas que não dão nem recebem sugestões de visualização, mas que no entanto falam online e offline sobre programas de televisão; e por fim, o perfil número 9, constituído por pessoas que não dá nem recebem sugestões de visualização, mas que falam offline sobre programas de televisão.

Ao aplicar estes perfis às respostas da pergunta número seis, podemos observar 13 novos perfis que indicam as preferências de socialização dos telespectadores (anexo 16). A tendência entre as pessoas inquiridas é de darem e receberem sugestões de visualização, falarem online e offline ou falarem apenas offline e essa necessidade

depende do conteúdo que acabaram de ver, o que corresponde aos perfis 1.1. e 2.1. (anexo 17).

À pergunta número 7., “Costuma ver canais cuja programação consiste em conteúdo repetido ou emitido anteriormente?” responderam 86 pessoas em que 38 pessoas responderam “Sim”, o que corresponde a 44,2% e 48 dos inquiridos respondeu “Não”, correspondente a 55,8%. A pergunta seguinte, número 8., “Que tipo de dispositivo usa para ver conteúdo televisivo?” tinha quatro respostas pré-preenchidas e um campo livre para as pessoas inquiridas poderem responder com outras respostas que não constassem já como opção de resposta. As quatro opções pré-existentes eram televisor, telemóvel, tablet e computador. Os resultados mostram que 26 pessoas, o equivalente a 30,2% dos inquiridos, utilizam apenas o televisor para ver conteúdo televisivo; 23 pessoas, ou seja 26,7%, usam o televisor e o computador para verem programas de televisão; 14%, igual a 12 pessoas inquiridas assinalaram que utilizam o televisor, o telemóvel e o computador para ver conteúdo televisivo; 7 pessoas, igual a 8,1% das pessoas inquiridas, usam o televisor e o telemóvel para esse fim; 7% das pessoas inquiridas, ou seja, 6 indivíduos assinalaram que utilizam apenas o computador para verem programas de televisão; 5 pessoas, correspondente a 5,8%, usam o telemóvel e o computador para verem conteúdo televisivo; 2,3% das pessoas inquiridas, 2 pessoas, utilizam o televisor, o telemóvel, o tablet e o computador para ver programas de televisão; outros 2,3% das pessoas inquiridas, 2 pessoas, assinalaram o televisor, o tablet e o computador como dispositivos que usam na visualização de conteúdo televisivo; 1 pessoa, igual a 1,2%, indicou o uso do televisor e do tablet para ver conteúdo televisivo; 1 pessoa, equivalente a 1,2% preencheu as opções tablet e computador como dispositivos que usa para ver conteúdo televisivo; e 1,2%, 1 pessoa, indicou exclusivamente o telemóvel na visualização de conteúdo televisivo (anexo 18).

Ainda dentro das respostas à oitava questão, 1 pessoa indicou que usa o televisor, o computador e a «smart tv – app “rtp play”» (resposta nº54 do apêndice B) para a visualização de conteúdo televisivo. Como esta resposta indica a repetição do televisor como resposta e sendo que na opção televisor já é subentendido a possibilidade de ser uma smart TV, esta resposta contribui para os 26,7% que usam o televisor e o computador para verem programas de televisão. Numa primeira análise a estes

resultados, é facilmente perceptível o peso que a televisão tem dentro dos dispositivos possíveis para ver conteúdo televisivo. Apenas quatro dos doze conjuntos de respostas ou respostas identificadas, não incluem o aparelho televisor como resposta, o que corresponde a 13 pessoas inquiridas ou 15,2%. No entanto, ao contabilizar todas as pessoas que utilizam mais do que um dispositivo para ver conteúdo televisivo, existe claramente uma tendência em utilizar vários dispositivos com 53 pessoas a responder dessa forma, o correspondente a 61,6% dos inquiridos.

Com respostas de 86 participantes, a pergunta 9, “Subscreve algum serviço de streaming?” tinha três opções possíveis de resposta em que era possível assinalar apenas uma delas. A esta questão, 55 pessoas responderam “Sim”, o que corresponde a 64%, 16 pessoas inquiridas responderam “Não”, equivalente a 18,6%, e 15 participantes responderam “De momento, não”, correspondente a 17,4% dos inquiridos (anexo 19).

Dentro dos resultados obtidos ao inquérito, é possível comparar respostas para obter uma descrição de hábitos dos telespectadores. Desse modo, é possível fazer uma análise a partir das 24 pessoas que responderam à pergunta 1.5., “Faz alguma coisa para manter os seus programas favoritos na sua memória?” com respostas de temática de visualização repetida, comparar as respostas destes 24 participantes com as suas respostas às perguntas número 7, “Costuma ver canais cuja programação consiste em conteúdo repetido ou emitido anteriormente?”, número 8, “Que tipo de dispositivo usa para ver conteúdo televisivo?” e número 9, “Subscreve algum serviço de streaming?”. Em relação à pergunta 1.2., “Já viu algum desses programas mais do que uma vez?”, todas as 24 pessoas aqui em análise responderam “Sim” na questão 1.2.

As pessoas que demonstraram utilizar a visualização repetida como forma de manter o seu programa favorito na memória costumam ver canais cuja programação consiste em conteúdo repetido ou emitido anteriormente, uma vez que 58,3% respondeu “Sim” à sétima pergunta, enquanto 41,7% responderam não. No que diz respeito à pergunta número oito, sobre os dispositivos utilizados para ver conteúdo televisivo, a grande maioria dos inquiridos indicou mais do que um dispositivo como resposta, mais especificamente 20 pessoas usam mais do que um dispositivo, igual a 83,3%, e apenas 4 pessoas indicaram o uso de um aparelho para a visualização de conteúdos televisivos, igual a 16,7%. 66,7% das pessoas que dizem praticar a visualização

repetida subscreve um serviço de streaming, o que perfaz 16 pessoas, 12,5% diz não subscrever um serviço de streaming ou seja, 3 pessoas, e 20,8% já subscreveu a um serviço de streaming no passado, o equivalente a 5 pessoas (anexo 20).

O intervalo de idades das pessoas que reveem os seus programas de televisão como forma de os manter na memória vai dos 20 aos 49 anos. No entanto, existe uma tendência em relação à idade das pessoas inquiridas e ver canais cuja programação consiste em conteúdo repetido ou emitido anteriormente. Enquanto o intervalo de idades para as pessoas que veem canais que emitem repetições de programas ainda no ar e fora do ar é entre os 21 e os 49 anos, a idade das pessoas que não veem esse tipo de canais de televisão está entre os 20 e os 35 anos.

Ao comparar as respostas da pergunta número 3, “Existe um ou mais programas de televisão que gostaria de ver novamente no ar?”, com as respostas à pergunta número 7, “Costuma ver canais cuja programação consiste em conteúdo repetido ou emitido anteriormente?”, observa-se que 38,4% dos inquiridos tem um programa que gostava de voltar a ver no ar e vê canais cuja programação consiste em programas repetidos ou que já foram emitidos na íntegra. 37,2% das pessoas inquiridas têm um programa que gostavam de ver novamente emitido, mas não tem por hábito ver canais em que a programação consista em conteúdo repetido ou emitido anteriormente. 5,8% dos inquiridos respondeu que não tem um programa de televisão que gostaria de ver emitido, no entanto faz parte da audiência de canais que emitem programação repetida ou que já fora emitida. Por fim, 18,6% das pessoas responderam a estas duas questões de forma duplamente negativa, ou seja, não têm um programa de televisão que gostariam de ver novamente no ar e não veem canais cuja programação consiste em conteúdo repetido ou emitido anteriormente (anexo 21).

Ao analisar o universo das 37,2% das pessoas que responderam ter um programa de televisão que gostariam de voltar a ver no ar, mas que não têm por hábito ver canais cuja programação consiste em conteúdo repetido ou emitido anteriormente, com as respostas que estas 32 pessoas deram à pergunta número 9, “Subscreve algum serviço de streaming?”, foi possível verificar que 75% destas pessoas subscrevem um serviço de streaming, 12,5% não subscrevem um serviço de streaming e outros 12,5% já subscreveram a um serviço de streaming no passado (anexo 22).

Com base nos resultados destas duas análises comparadas entre as várias respostas às questões número três, número sete e número nove, é possível observar dois perfis de telespectadores. O telespectador que vê canais cuja programação consiste em repetições ou em emissões de programas já emitidos anteriormente e que tem um programa que gostava de voltar a ver no ar.

Procedeu-se a um levantamento das respostas à pergunta número 1.1., “Quais são os seus programas de televisão favoritos?” para comparar com a resposta “Sim, surpreendi-me”, dada por 25 pessoas à pergunta 1.2.2., “Surpreendeu-se com que se lembrava do mesmo ou a sua memória do programa foi fiel à realidade do mesmo?”. Das 25 pessoas que foram surpreendidas com o que se lembravam dos seus programas de televisão favoritos quando os voltaram a ver, 21 destas pessoas indicaram programas de televisão favoritos. As restantes quatro pessoas indicaram géneros e formatos favoritos de programas como séries, filmes, programas informativos, documentários e sitcoms.

Os resultados desta análise mostram que os programas televisivos favoritos destas 21 pessoas, categorizados pela década de início do programa, vão desde a década de 1950 até à década de 2020. Dentro dos 62 programas de televisão que desafiaram a memória que os telespectadores participantes no estudo tinham dos mesmos, 19 desses ainda estão a ser emitidos. Referente à década de 1950 registou-se apenas um programa, o que resulta em 1,6%. Dos anos 60 do século passado, registaram-se dois programas, igual a 3,2%. Da década de 1980, foram indicados cinco programas televisivos, o equivalente a 8,1%. Dos anos 1990 a 1999, registaram-se três programas, o que faz 4,8%. Pertencente à década de 2000, o registo foi de vinte programas, igual a 32,3%, e vinte e dois programas para a década de 2010, o equivalente a 35,5%. A presente década de 2020 também aparece nesta análise com nove registos, igual a 14,5%. Esta análise mostra que os programas que mais surpreendem e desafiam a memória que os telespectadores têm dos mesmos são programas que têm entre 5 e 24 anos (anexo 23).

Analisaram-se os géneros dos programas dados como resposta às perguntas 1.1., “Quais são os seus programas de televisão favoritos?” e 2, “Qual é para si o programa mais memorável da televisão portuguesa? E porquê?”. Das sessenta e quatro pessoas que responderam a ambas as questões, 23 pessoas responderam com um ou mais

programas do mesmo género, 33 pessoas deram respostas de programas de géneros diferentes às duas perguntas e 8 pessoas responderam com programas de subgéneros diferentes dentro do mesmo género, como é o caso de programas de humor, drama ou animação infantojuvenil. Das 31 pessoas que deram respostas do mesmo género ou dentro do mesmo género, 30 responderam “Sim” à pergunta 5., “Costuma falar socialmente sobre os programas de televisão que vê?” e apenas uma pessoa respondeu “Não” à questão número 5.

Observou-se também a relação entre os géneros dos programas de televisão favoritos e as respostas à pergunta número 5, “Costuma falar socialmente sobre os programas de televisão que vê?”. Nesta análise foram apenas examinados os géneros dos programas favoritos das pessoas inquiridas que responderam “Sim” à pergunta número 5, com o objetivo de observar se existe um género que seja mais popular entre as pessoas que falam sobre os programas que veem. Considerando apenas géneros, em que os subgéneros descritos no anexo 1 foram contabilizados dentro do seu género – por exemplo séries de drama histórico foram contadas dentro do género do drama – e tendo em consideração que uma pessoa pode ser fã do que mais do que um género televisivo, os resultados mostraram que os quatro géneros mais populares são o drama, a comédia, os concursos e a ficção científica. Os géneros de drama e de comédia ficaram empatados com 32 pessoas fãs deste género a afirmarem que falam sobre os programas de televisão que veem. Os fãs de concursos contabilizaram 16 pessoas, enquanto os fãs da ficção científica que falam sobre os programas que veem, fazem 15 pessoas (anexo 24).

Examinou-se também as respostas dadas à pergunta 1.5., “Faz alguma coisa para manter os seus programas favoritos na sua memória? O que faz e porque acha que o faz?” com as respostas dadas pelas mesmas pessoas inquiridas à pergunta 5.2., “As conversas são online ou offline?”. Esta análise serve para entender como o que as pessoas fazem para manter um programa de televisão favorito na memória se relaciona com o modo como as mesmas pessoas socializam quando falam sobre os programas de televisão que veem. Os resultados foram os seguintes: 8 pessoas reveem os seus programas favoritos e têm por hábito conversar tanto online como offline; 6 pessoas costumam rever os seus programas de televisão favoritos mas conversam apenas offline

com outras pessoas sobre o conteúdo televisivo que veem; 3 pessoas conversam tanto online como offline enquanto contam com a memória para se lembrarem dos seus programas de televisão favoritos; 1 pessoa conversa apenas online e afirma que os seus programas de televisão favoritos ficam na memória; 4 pessoas só falam sobre os programas de televisão que veem offline, em pessoa e que usam a memória para se lembrar dos seus programas favoritos; 3 pessoas falam tanto na internet como cara a cara e costumam ler coisas sobre os seus programas favoritos ou seguir páginas sobre os seus programas favoritos nas redes sociais; 1 pessoa lê ou segue conteúdos sobre os seus programas favoritos mas fala apenas offline sobre os conteúdos televisivos que vê; 1 pessoa que apenas fala com outras pessoas para manter os seus programas favoritos na memória, afirmou que tanto fala online como offline; 1 pessoa que fala apenas cara a cara sobre os programas televisivos que vê, fala com outras pessoas para manter os seus programas de televisão favoritos na memória; 2 pessoas que falam tanto na internet como cara a cara, fazem referências aos seus programas favoritos para os manterem na memória; 1 pessoa respondeu que fala apenas offline e usa referências para se lembrar dos seus programas favoritos; 1 pessoa assinalou que fala tanto online como offline e coleciona objetos ligados aos seus programas de televisão favoritos; 3 pessoas disseram falar sobre o programa e rever o programa como formas de o manter na memória, enquanto usam tanto a internet para falar como falam sobre os programas que veem cara a cara; 1 pessoa disse falar apenas cara a cara e falar com outras pessoas como maneira de manter os seus programas favoritos na memória, tal como rever os programas de televisão; 1 pessoa afirmou fazer parte da cultura participável dos media e falar com outras pessoas para relembrar os seus programas favoritos, e que fala com outras pessoas tanto online como offline; 1 pessoa diz usar a internet para conversar sobre programas de televisão, mas também fala cara a cara, enquanto que costuma ler ou seguir conteúdo sobre os seus programas de televisão favoritos, colecionar objetos e participar na cultura participável dos media como formas de se relembrar dos seus programas favoritos; 1 pessoa afirmou falar sobre programas de televisão apenas online e que lê ou segue páginas online sobre os seus programas favoritos e revê os mesmos para os manter na sua memória; 1 pessoa afirmou conversar sobre programas de televisão tanto online como offline e os métodos que usa para se lembrar dos seus programas de televisão favoritos são, rever os programas, fazer referências e fazer parte

da cultura participável dos media; 1 pessoa disse falar apenas cara a cara sobre os conteúdos televisivos que vê, revê os seus programas televisivos favoritos e coleciona objetos relacionados com os programas para os manter na sua memória; 1 pessoa afirmou falar tanto online como offline, colecionar objetos ligados aos seus programas de televisão favoritos e falar com outras pessoas sobre esses mesmos programas como mecanismo para manter os seus programas favoritos na memória (anexo 25).

Esta última análise mostra uma tendência entre as pessoas que mostraram as mais variadas maneiras para manter um ou vários programas de televisão favoritos na memória e os ‘espaços’ sociais e tecnológicos onde essas maneiras, ou rituais, se podem manifestar e ocorrer. Dentro de todas as combinações entre as duas respostas, apenas duas pessoas afirmaram socializar online sobre os programas que veem, as restantes pessoas inquiridas mostraram que falam offline ou numa combinação de ‘espaços’ da realidade e cibernéticos, ou seja, tanto na internet como cara a cara. Este facto acaba por apoiar a noção de que os rituais utilizados para manter a memória têm uma maior manifestação quando existe uma componente imediata, como é o caso das pessoas que socializam tanto na internet como cara a cara.

Conclusão

Television is not dead but re-circulates within contemporary culture through a variety of textual, generic, personal and institutional practices.

(Amy Holdsworth)

Através dos resultados do questionário foi possível observar a memória cultural partilhada de um grupo de telespectadores. A memória cultural partilhada identificada é caracterizada por pertencer a um grupo de pessoas entre os 19 e os 62 anos, com presença online, em redes sociais ou em grupos de discussão em redes sociais sobre cultura popular. Este método de partilha do estudo permitiu a existência de uma ligação direta entre as pessoas que responderam ao questionário, ao serem familiares, amigos ou conhecidos. Mesmo da parte dos participantes dos grupos sobre cultura popular que responderam ao questionário, partilham interesses em comum uns com os outros, o que se traduz numa mais-valia para o estudo. O facto de o questionário ser online agilizou a recolha de resultados em termos de tempo, que permitiu a continuidade da pesquisa sobre o tema enquanto as respostas foram recolhidas pelo formulário online. No entanto, a natureza do questionário trouxe algumas fragilidades ao estudo, pois ao restringir os participantes a utilizadores de redes sociais é apenas observável a memória de uma parte da população e por ser um estudo conduzido online a faixa etária dos maiores de 70 anos de idade é excluída do mesmo. Estes resultados são o estudo de caso de uma memória cultural que é potencialmente maior e mais vasta, mas que mesmo assim, é feita de partilha e de rituais comemorativos.

Os programas de televisão que categorizam esta memória cultural partilhada pertencem a vários géneros televisivos, sendo que os géneros mais predominantes nos resultados foram o concurso, a ficção e o humor. Verificou-se também que este tipo de memória funciona efetivamente dentro de faixas etárias semelhantes, em que pessoas com idades aproximadas identificam o mesmo tipo de programas como pertencentes à sua memória, o que perfaz uma memória cultural para esse grupo de pessoas com idades iguais ou dentro da mesma faixa etária. Ao analisar os géneros dos programas de televisão favoritos das pessoas inquiridas, existe a presença de programas dos mesmos

gêneros entre os programas da memória cultural partilhada dos telespectadores, o que indica que esta memória está em expansão e tem o potencial de se modificar ao longo do tempo, com base nas preferências e influências das pessoas que cultivam e formam a memória cultural. No fundo, a memória cultural televisiva é fundamental à recirculação da televisão dentro da cultura contemporânea, como mencionado por Holdsworth (2011).

A análise do período de saliência da reminiscência à pergunta número dois do questionário revela que existe uma tendência para as pessoas inquiridas nomearem programas memoráveis que viram entre os 10 e os 30 anos de idade, que é o período de saliência da reminiscência, segundo Rathbone et al. (2008). No que diz respeito a outro aspecto, Sobral (2012) defende “(...) que a televisão se tornou mais fragmentada, não só em termos de oferta, como no que diz respeito ao público espectador.” (Sobral, 2012, p. 153) Esta teoria da fragmentação da audiência é comprovada através das respostas à pergunta 1.1., sobre o programa de televisão favorito. No entanto, esta fragmentação não se verifica na memória cultural partilhada, em que as respostas ao programa mais memorável são constituídas na maioria de programas dos canais generalistas, quando 50% das respostas enumeram programas nacionais.

Através do questionário foi possível entender quais são as práticas sociais e individuais que mais enformam a construção da memória cultural partilhada, como a visualização repetida de programas vistos anteriormente, visionar excertos ou episódios do programa, falar sobre o programa com outras pessoas e fazer referências ao mesmo. A visualização repetida de programas encaixa nos modos de visualização contemporâneos que foram promovidos desde o lançamento do VHS até à invenção do streaming, como o ‘binge watching’. Jost (1998) defende que o gravador de vídeo vem alimentar a natureza voyeurista do espectador, enquanto o liberta do contrato que este tem para com o programa que está a ver. Também Uricchio (1998) define a liberdade dada pelo gravador de VHS, ao defini-la como “(...) a capacidade de deslocar o tempo, do afastamento dos ritmos das transmissões programadas e de reivindicar a própria

temporalidade no meio.”⁸⁴ (Uricchio, 1998). Apesar de todas estas práticas comemorativas, outra resposta obtida para a formação da memória cultural partilhada dos telespectadores foi a memória dos programas em si, que existe dentro de cada pessoa sem que esta faça algo para se lembrar do programa. Todos estes temas foram consistentes nas respostas à pergunta número 2. “Qual é para si o programa mais memorável da televisão portuguesa?” que mencionaram a memória, tanto sobre memórias pessoais, quanto sobre memórias que incluem outras pessoas, como familiares ou amigos.

O ato de socializar tendo como tema programas de televisão presente em vários momentos do questionário (anexos números 8, 10 e 14), demonstra que os telespectadores utilizam a televisão não só como entretenimento, mas como uma ferramenta de socialização. Newcomb (1984) menciona que sem discurso, sem discussão, não é possível relacionar o texto com a audiência, nem o texto com a sociedade. Ao estudar a presença da memória cultural partilhada dos telespectadores, estuda-se também parte do “sistema do discurso” (Newcomb, 1984, p. 47) desse grupo social.

(...) The discourse system is the unit of analysis that relates texts and audiences, texts and society. Or, to be as accurate as possible, it is the interaction among systems of discourse systems that provides the central content for the cultural study of mass media. (Newcomb, 1984, p. 47)

O discurso acontece porque ao ser a televisão capaz de “(...) imaginar, evocar, citar, mostrar ou repetir aspetos do passado, inclusive os seus, mas também por ser ao mesmo tempo um meio do esquecimento”⁸⁵ (Niemeyer & Wentz, 2014, p. 130) e este discurso espelha os valores contemporâneos por oposição aos valores do passado. Um exemplo deste conflito de valores pode ser encontrado na premissa da série *Mad Men* (AMC, 2007 – 2015), quando Dove-Viebahn diz “a série representa a sua era, cenário e

⁸⁴ Original, “(...) the ability to time shift, to depart from the rhythms of broadcast transmissions and to assert one’s own temporality upon the medium.” (Uricchio, 1998)

⁸⁵ Original, “(...) to imagine, evoke, quote, show or repeat aspects of the past, including its own, but also because it is simultaneously a medium of forgetting.” (Niemeyer & Wentz, 2014, p. 130)

rol de personagens como atrativos e repulsivos em simultâneo.”⁸⁶ (Dove-Viebahn, 2012)

Uma série que “(...) apresenta uma ficção de 1960, que reproduz alguns dos elementos mais detestáveis como no mínimo fascinantes, se não completamente apelativas, desde a misoginia enraizada no local de trabalho, o adultério generalizado até ao tabagismo desenfreado, ao alcoolismo e consumismo.”⁸⁷ (Dove-Viebahn, 2012)

Deste modo, podemos identificar a existência de um discurso sobre o texto, feito pelo próprio público, que é bastante prolífico, como demonstram os resultados das questões 1.5., 5.1. e 5.2., ao identificar como e porquê as pessoas falam sobre os programas de televisão que veem. Por vezes, a memória sobre um programa de televisão favorito pode estar ligada ao aspecto da socialização, como respondeu uma pessoa inquirida à pergunta número 1.3. “Que emoções tem quando se lembra dos seus programas de televisão favoritos?” Ao responder que se sente “Feliz, expectante por um novo episódio, é um dos poucos momentos em que convivo com a minha família, debatendo o que aconteceu e adivinhando o que acontecerá a seguir” (resposta nº 30 do apêndice B). Uma vez que a memória é um produto que resulta de “(...) processos, paradigmas e práticas que dominam as representações contemporâneas mediatizadas do passado.” (Albano, 2016, p. 68)

The memories that emerge from the contemporary conflation of the private and the public, the personal and the collective, the cultural and the historical arenas are the product of the processes, paradigms and practices that dominate the contemporary mediatized representations of the past. (Albano, 2016, p. 68)

Estas representações do passado feitas pela televisão vão ao encontro do que dizem Niemeyer e Wentz (2014) quando mencionam a televisão como um meio do esquecimento porque a “televisão não consegue manter a memória de tudo e não arquiva automaticamente todas as suas emissões.”⁸⁸ (Niemeyer & Wentz, 2014, p. 130)

⁸⁶ Original, “The series represents its era, setting and cast of characters as simultaneously alluring and repellent.” (Dove-Viebahn, 2012)

⁸⁷ Original, “(...) it presents a fiction of the 1960s that renders some of its most abhorrent elements at the very least fascinating, if not downright appealing, from sanctioned workplace misogyny and widespread philandering to rampant smoking, alcoholism and consumerism.” (Dove-Viebahn, 2012)

⁸⁸ Original, “Television cannot maintain the memory of everything, and not all broadcasts are automatically archived.” (Niemeyer & Wentz, 2014, p. 130)

Por este ponto de vista, podemos considerar que a memória coletiva gerada pela televisão como instituição necessita da memória cultural partilhada dos telespectadores para se manter, mesmo que fragmentada na memória de várias pessoas.

Ricoeur (2004) menciona a lembrança como um mecanismo capaz de “(...) trazer o passado de volta à vida ao evocá-lo em conjunto com outras pessoas, cada um ajudando o outro a lembrar eventos partilhados ou conhecimento, as memórias de uma pessoa como lembrete para as memórias da outra pessoa.”⁸⁹ (Ricoeur, 2004, p. 38) É sobre esta partilha que vive e perdura a memória cultural, o que vai ao encontro dos resultados da resposta número cinco, em que 84,9% das pessoas inquiridas afirmou que fala sobre os programas de televisão que vê. Dentro da questão da socialização, verificou-se também a tendência de se falar mais na internet sobre os programas de televisão, segundo os inquiridos (anexo 14). O que é natural para uma comunidade, ocupar o espaço em que é seguro expressar a sua opinião livre de julgamentos, mesmo que este espaço seja digital.

Algumas das práticas dadas como resposta à pergunta 1.5., como fazer referências ao programa (respostas números 39, 40 e 74 do apêndice B) ou ouvir a banda sonora do programa (respostas números 48 e 56 do apêndice B), são comportamentos que indicam a assimilação do programa como parte da identidade, o que manifesta potencial para que o programa em questão faça parte de uma memória cultural televisiva. Do mesmo modo, também o colecionismo (respostas números 31, 49, 70 e 71 do apêndice B) e a cultura participável dos media (respostas números 24, 31 e 48) são comemorações que valorizam a importância cultural dos programas de televisão e como práticas visíveis que são, possibilitam uma alteração da memória partilhada.

Todas estas práticas aqui descritas perfazem 15,9% das 69 respostas dadas à pergunta 1.5, em que 47,8% das respostas obtidas a esta pergunta indicavam um ou mais tipos de práticas. A presença destes trabalhos feitos por fãs – que podem ser materiais como ilustrações (figura 10) ou digitais como vídeos, entre outros – em termos de conteúdo com os produtos oficiais dos programas faz com que exista uma apreciação da

⁸⁹ Original, “(...) making the past live again by evoking it together with others, each helping the other to remember shared events or knowledge, the memories of one person serving as a reminder for the memories of the other.” (Ricoeur, 2004, p. 38)

subcultura do ‘fandom’, aqui identificada como um método para manter a memória de um programa de televisão.

O arquivo também acaba por ser considerado no processo da memória, pois as próprias tecnologias que resultam da convergência entre a televisão e a internet funcionam como um arquivo para a memória cultural partilhada, ao preservá-la ao mesmo tempo que a estimulam. O facto da grande maioria das pessoas inquiridas que têm um programa de televisão favorito (91,3%), tem o hábito de voltar a ver os seus programas de televisão favoritos e de estes programas terem o potencial de constituírem parte da memória dessas pessoas e das pessoas que constituem a sua esfera pessoal, ao serem expostas ao tipo de comportamento comemorativo que constitui a visualização repetida. Outro dado que comprova o potencial do arquivo – que é aqui parcialmente representado pelas plataformas de streaming – para preservação da memória cultural, são os resultados do questionário que mostram que a maioria das pessoas inquiridas (61,6%) utiliza mais do que um dispositivo para ver programas televisivos. A importância das plataformas de streaming não pode ser ignorada face aos resultados do questionário, mesmo quando é uma forma contemporânea do arquivo que não é fiel e duradoura, por ser um negócio e como tal é afetada por mudanças do mercado, como menciona Jenner (2018) quando explica o falso controlo que a Netflix oferece ao utilizador,

(...) Netflix is not as autonomous as often suggested, but structured and, in some ways, also scheduled, even though it is more the ‘what’ than the ‘when’ or ‘how’ (on what device) that is suggested. Thus, viewers have more control over choices, but Netflix has power over what choices it offers to viewers, omitting some completely. (Jenner, 2018, p. 135)

As plataformas de streaming ao gerirem os seus catálogos de conteúdos, ao acrescentarem e retirarem filmes, séries, entre outros, levantam um problema para a memória coletiva, enquanto a promovem momentaneamente. A saída de um conteúdo do catálogo tem o potencial de fomentar o discurso sobre esse conteúdo entre os utilizadores da plataforma e ao gerar interesse vai ser novamente rentável para a plataforma disponibilizar novamente o conteúdo.

A memória cultural partilhada dos telespectadores é deste modo compostas por programas nacionais, mais proeminentes sobre programas vistos até aos 30 anos de idade por parte da audiência e com maior incidência sobre concursos, ficção e programas de humor. A tendência para esta memória é de crescer cada vez mais, enquanto a televisão funcionar não só como meio de comunicação, mas também como meio de socialização. Podemos não ter o ‘watercooler’, como escreveu Gorton (2009), teremos sim outro tipo de tecnologia para nos fazer falar sobre a televisão e sobre os mundos que acedemos através do seu ecrã, talvez seja aquele grupo do Whatsapp com um nome que só faz sentido para os três participantes, afinal cada época tem o seu género ou forma preferida, como diz Jameson (1991).

Referências Bibliográficas

- Albano, C. (2016). *Memory, Forgetting and the Moving Image* (A. Hoskins & J. Sutton, Eds.). Palgrave Macmillan.
- Assmann, A. (2006). Memory, Individual and Collective. Em R. E. Goodin & C. Tilly (Eds.), *The Oxford Handbook of Contextual Political Analysis* (pp. 210–224). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/OXFORDHB/9780199270439.003.0011>
- Assmann, A. (2011). *Espaços de Recordação: Formas e transformações da memória cultural*. Editora da Unicamp.
- Barison, D., & Ross, D. (2004). *The Ister*. Icarus Films.
- Blumenberg, H., & Loureiro, M. (1990). *Naufrágio com Espectador* (A. Bacelar, Ed.). Vega.
- Boym, S. (2001). *The Future of Nostalgia*. Basic Books. www.basicbooks.com
- Cádima, F. R. (2019). Uma análise do website da RTP e os «novos serviços audiovisuais» da televisão pública. Em F. R. Cádima (Ed.), *Diversidade e Pluralismo nos Média* (pp. 93–108). ICNOVA – Instituto de Comunicação da Nova. <https://run.unl.pt/handle/10362/96492>
- Caldwell, J. (2004). Convergence Television: Aggregating Form and Repurposing Content in the Culture of Conglomeration. Em L. Spigel & J. Olsson (Eds.), *Television After TV: Essays on a Medium in Transition* (pp. 41–74). Duke University Press.
- Carvalho, L. A. D. (2016). *À Procura De Novas Audiências: A Televisão e as Redes Sociais*. Universidade Nova de Lisboa.
- Chalmers, D. J. (1996). *The Conscious Mind: In Search of a Fundamental Theory*. Oxford University Press.
- Chalmers, D. J. (2010). *The character of consciousness*. Oxford University Press.
- Conway, M. A., & Loveday, C. (2010). Accessing Autobiographical Memories. Em *The Act of Remembering: Toward an Understanding of How We Recall the Past* (pp. 56–70). John Wiley & Sons, Ltd. <https://doi.org/10.1002/9781444328202.CH4>
- Cruz, J., & Lewis, J. (1994). Introduction. Em J. Cruz & J. Lewis (Eds.), *Viewing, Reading, Listening: Audiences and Cultural Reception*. Westview Press.

- Dove-Viebahn, A. (2012). Mourning Becomes the Mad Men: Notes on Nostalgia. *InVisible Culture*, 17. <https://ivc.lib.rochester.edu/mourning-becomes-the-mad-men-notes-on-nostalgia/#fn-3669-5>
- Edgerton, G. R. (2001). Introduction, Television as Historian: A Different Kind of History Altogether. Em G. R. Edgerton & P. C. Rollins (Eds.), *Television Histories: Shaping Collective Memory in the Media Age* (pp. 1–18). The University Press of Kentucky.
- Em dia de aniversário, recorde 20 programas míticos da SIC - SIC. (2023). <https://sic.pt/sic-mulher/em-dia-de-aniversario-recorde-20-programas-miticos-da-sic/>
- Erll, A. (2011). *Memory in Culture*. Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1057/9780230321670>
- Galinha, C. de C. F. (2019). *Televisão e Indústria de Entretenimento*. Universidade Nova de Lisboa.
- García, E. G. (2022). *Memória. Recordar e esquecer*. Atlântico Press.
- García-Avilés, J. A. (2012). Roles of audience participation in multiplatform television: From fans and consumers, to collaborators and activists. *Participations - Journal of Audience & Reception Studies*, 9(2), 429–447.
- Gilbert, A. (2019). Push, Pull, Rerun: Television Reruns and Streaming Media. *Television and New Media*, 20(7), 686–701. <https://doi.org/10.1177/1527476419842418>
- Glück, L. (1996). *Meadowlands*. Ecco.
- Gorton, K. (2009). *Media Audiences: Television, Meaning and Emotion*. Edinburgh University Press.
- Gripsrud, J. (2004). Broadcast Television: The Chances of Its Survival in a Digital Age. Em L. Spigel & J. Olsson (Eds.), *Television After TV: Essays on a Medium in Transition* (pp. 210–223). Duke University Press.
- Guerreiro, A. S. C. (2016). *Séries televisivas de culto em Portugal: espectadores e estilos de vida* [Universidade de Lisboa]. <https://www.repository.utl.pt/handle/10400.5/12780>

- Halbwachs, M. (1990). *A Memória Coletiva*. Edições Vértice.
- Hall, S. (1994). Reflections upon the Encoding/Decoding Model: An Interview with Stuart Hall. Em J. Cruz & J. Lewis (Eds.), *Viewing, Reading, Listening: Audiences and Cultural Reception*. Westview Press.
- Harrington, C. L., & Bielby, D. D. (1995). *Soap Fans: Pursuing Pleasure and Making Meaning in Everyday Life*. Temple University Press.
- Holdsworth, A. (2011). *Television, Memory and Nostalgia*. Palgrave Macmillan.
- Horton, D., & Wohl, R. R. (1956). Mass Communication and Para-Social Interaction. *Psychiatry*, 19(3), 215–229. <https://doi.org/10.1080/00332747.1956.11023049>
- Jameson, F. (1991). *Postmodernism, or, The Cultural Logic of Late Capitalism*. Verso.
- Jenkins, H. (1992a). «Strangers No More, We Sing»: Filking and the Social Construction of the Science Fiction Fan Community. Em L. A. Lewis (Ed.), *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media* (pp. 208–236). Routledge.
- Jenkins, H. (1992b). *Textual Poachers: Television Fans & Participatory Culture*. Routledge.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York University Press.
- Jenner, M. (2018). *Netflix and the Re-invention of Television*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-94316-9>
- Jost, F., & Libbrecht, L. (1998). The Promise of Genres. *Réseaux. Communication - Technologie - Société*, 6(1), 99–121. <https://doi.org/10.3406/RESO.1998.3339>
- Kate Bush quebra silêncio para falar sobre “Stranger Things”. “Também adoro a série. Mal posso esperar pelo resto da temporada, em julho”. (2022, Junho 6). *Expresso*. <https://expresso.pt/blitz/2022-06-06-Kate-Bush-quebra-silencio-para-falar-sobre-Stranger-Things-Tambem-adoro-a-serie-Mal-posso-esperar-pelo-resto-da-temporada-em-julho-ee0faf17>
- Kittler, F. A., & Enns, A. (2010). *Optical media: Berlin Lectures 1999*. Polity.
- Kompare, D. (2005). *Rerun Nation: How Repeats Invented American Television*. Routledge.

- Laffond, J. C. R. (2011). Televising the Sixties in Spain: Memories and Historical Constructions. Em M. Neiger, O. Meyers, & E. Zandberg (Eds.), *On Media Memory: Collective Memory in a New Media Age* (pp. 174–188). Palgrave Macmillan.
- Lamont, A., & Loveday, C. (2020). A New Framework for Understanding Memories and Preference for Music. *Music and Science*, 3. <https://doi.org/10.1177/2059204320948315>
- Landsberg, A. (1995). Prosthetic Memory: Total Recall and Blade Runner. *Body & Society*, 1(3–4), 175–189. https://doi.org/10.1177/1357034X95001003010/ASSET/1357034X95001003010.FP.PNG_V03
- Landsberg, A. (2004). *Prosthetic Memory: the transformation of american remembrance in the age of mass culture*. Columbia University Press.
- Lozano, J. F. G. (2013). Television memory after the end of television history? Em M. de Valck & J. Teurlings (Eds.), *After the Break: Television Theory Today* (pp. 131–144). Amsterdam University Press. <https://doi.org/10.1017/9789048518678.009>
- Lucas, G. (1977). *Star Wars*. Lucasfilm, 20th Century Fox.
- Machado, J. P. (1977). *Dicionário Etimológico da Língua Portuguesa* (3.^a ed., Vol. 5). Livros Horizonte.
- Machado, J. P. (1981). *Grande Dicionário da Língua Portuguesa: Vol. XI*. Amigos do Livro Editores.
- McCarthy, A. (2004). The Rhythms of the Reception Area: Crisis, Capitalism, and the Waiting Room TV. Em L. Spigel & J. Olsson (Eds.), *Television After TV: Essays on a Medium in Transition* (pp. 183–209). Duke University Press.
- McCarthy, A. (2017). Visual Pleasure and GIFs. Em P. Hesselberth & M. Poulaki (Eds.), *Compact Cinematics: The Moving Image in the Age of Bit-Sized Media* (pp. 113–122). Bloomsbury Publishing.
- McLuhan, M. (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*. McGraw-Hill Book Company.

- MEO Go a TV do MEO dentro e fora de casa / MEO*. (sem data). Obtido 28 de Março de 2024, de <https://www.meo.pt/tv/multiplataforma/meo-go>
- Mondzain, M.-J., & Lima, L. (2015). *Homo Spectator: Ver > Fazer Ver*. Orfeu Negro.
- Moss, M. (2008). *Toward the Visualization of History: The Past as Image*. Lexington Books.
- Murray, J. C. (2019). The Consumer Has Been Added to Your Video Queue. Em K. Pallister (Ed.), *Netflix Nostalgia: Streaming the Past on Demand*. Lexington Books.
- Nerone, J. (1989). Professional History and Social Memory. *Communication*, 11, 89–104.
- Newcomb, H. M. (1984). On the dialogic aspects of mass communication. *Critical Studies in Media Communication*, 1(1), 34–50.
<https://doi.org/10.1080/15295038409360012>
- Niemeyer, K., & Wentz, D. (2014). Nostalgia Is Not What It Used to Be: Serial Nostalgia and Nostalgic Television Series. Em K. Niemeyer (Ed.), *Media and Nostalgia: Yearning for the Past, Present and Future* (pp. 129–138). Palgrave Macmillan.
- Nora, P. (1977). O regresso do acontecimento. Em J. Le Goff & P. Nora (Eds.), *Fazer História: Novos Problemas* (Vol. 1). Livraria Bertrand.
- Nora, P. (1993). Entre Memória e História: A problemática dos Lugares. *Projeto História*, 10, 7–28.
- O Tal Canal - 40 Anos de 19 out 2023 - RTP Play - RTP*. (2023).
<https://www.rtp.pt/play/p12360/o-tal-canal-40-anos>
- Örnebring, H. (2007). Writing the history of television audiences: The Coronation in the Mass-Observation Archive. Em H. Wheatley (Ed.), *Re-viewing Television History: Critical Issues in Television Historiography*. I.B. Tauris.
- Parks, L. (2004). Flexible Microcasting: Gender, Generation, and Television-Internet Convergence. Em L. Spigel & J. Olsson (Eds.), *Television After TV: Essays on a Medium in Transition* (pp. 133–162). Duke University Press.
- Pereira, S. R. P. (2015). *A Produção televisiva na era da mudança e da concorrência*. Universidade Nova de Lisboa.

- Perse, E. M., & Rubin, R. B. (1989). Attribution in Social and Parasocial Relationships. *Communication Research*, 16(1), 59–77.
- Pickering, M., & Keightley, E. (2016). Memory, Media and Methodological Footings. Em A. Hajek, C. Lohmeier, & C. Pentzold (Eds.), *Memory in a Mediated World: Remembrance and Reconstruction* (pp. 36–54). Palgrave Macmillan UK. <https://doi.org/10.1057/9781137470126>
- Proust, M., & Conti, M. S. (2022). *Para o lado de Swann: À procura do tempo perdido, vol.1*. Companhia das Letras.
- Rancière, J. (2019). *The Future of the Image*. Verso.
- Rancière, J., & Benedetti, I. C. (2012). *O Espectador Emancipado*. WMF Martins Fontes.
- Rathbone, C. J., Moulin, C. J. A., & Conway, M. A. (2008). Self-centered memories: The reminiscence bump and the self. *Memory and Cognition*, 36(8), 1403–1414. <https://doi.org/10.3758/MC.36.8.1403/METRICS>
- Ricoeur, P. (2004). *Memory, History, Forgetting*. The University of Chicago Press.
- Rodrigues, N. C., & Serres, J. C. P. (2020). Um acervo e as reflexões sobre memória, testemunho e montagem. Em M. A. S. Alves de Oliveira, A. Curcino, L. Ferreira da Costa, & F. Magalhães (Eds.), *Ensaio sobre Memória - Volume 1* (Vol. 1, pp. 253–270). Escola Superior de Educação e Ciências Sociais - Politécnico de Leiria.
- Rouso, H. (2006). A memória não é mais o que era. Em M. de M. Ferreira & J. Amado (Eds.), *Usos & Abusos da História Oral* (8.^a ed., pp. 93–101). Fundação Gerulio Vargas.
- Schwaab, H. (2013). ‘Unreading’ contemporary television. Em M. de Valck & J. Teurlings (Eds.), *After the Break: Television Theory Today* (pp. 21–34). Amsterdam University Press.
- Schwartz, B. (2001). Commemorative Objects. *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, 2267–2272. [https://doi.org/10.1016/B0-08-043076-7/04085-](https://doi.org/10.1016/B0-08-043076-7/04085-7)

- Sconce, J. (2004). What If?: Charting Television's New Textual Boundaries. Em L. Spiegel & J. Olsson (Eds.), *Television After TV: Essays on a Medium in Transition* (pp. 93–112). Duke University Press.
- Sirianni, J. M. (2019). Nostalgic Things: Stranger Things and the Pervasiveness of Nostalgic Television. Em K. Pallister (Ed.), *Netflix Nostalgia: Streaming the Past on Demand*. Lexington Books.
- Sobral, F. A. (2012). Televisão em Contexto Português: uma abordagem histórica e prospetiva. *Millenium*, 143, 143–159.
<https://repositorio.ipv.pt/handle/10400.19/1204>
- Spigel, L. (1995). From the dark ages to the golden age: women's memories and television reruns. *Screen*, 36(1), 16–33.
- Spigel, L. (2004). Introduction. Em L. Spiegel & J. Olsson (Eds.), *Television After TV: Essays on a Medium in Transition* (pp. 1–40). Duke University Press.
- Steyerl, H. (2009). In Defense of the Poor Image. *e-flux*, 10, 1–9.
- Sung, Y. H., Kang, E. Y., & Lee, W.-N. (2018). Why Do We Indulge? Exploring Motivations for Binge Watching. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 62(3), 408–426.
<https://doi.org/10.1080/08838151.2018.1451851>
- Taurino, G. (2019). Crossing Eras: Exploring Nostalgic Reconfigurations in Media Franchises. Em K. Pallister (Ed.), *Netflix Nostalgia: Streaming the Past on Demand*. Lexington Books.
- The New Power of Television: How Social is Revitalizing the Future of TV*. (2012).
<https://www.mediaspecs.be/wp-content/uploads/The%20New%20Power%20of%20TV%20by%20Initiative.pdf>
- Uricchio, W. (1998, Setembro 15). *The Trouble with Television*. Screening the Past.
<https://www.screeningthepast.com/issue-4-first-release/the-trouble-with-television/>
- Uricchio, W. (2004). Television's Next Generation: Technology/Interface Culture/Flow. Em L. Spiegel & J. Olsson (Eds.), *Television After TV: Essays on a Medium in Transition* (pp. 163–182). Duke University Press.

- van Dijck, J. (2007). *Mediated Memories in the Digital Age*. Stanford University Press.
https://books.google.com/books/about/Mediated_Memories_in_the_Digital_Age.html?hl=pt-PT&id=MpPEQdllaigC
- van Dijck, J. (2013). Youtube beyond technology and cultural form. Em M. de Valck & J. Teurlings (Eds.), *After the Break: Television Theory Today* (pp. 147–160). Amsterdam University Press.
- Williams, R. (2003). *Television: Technology and cultural form* (E. Williams, Ed.; 3.^a ed.). Routledge.

Anexos

Lista de Figuras

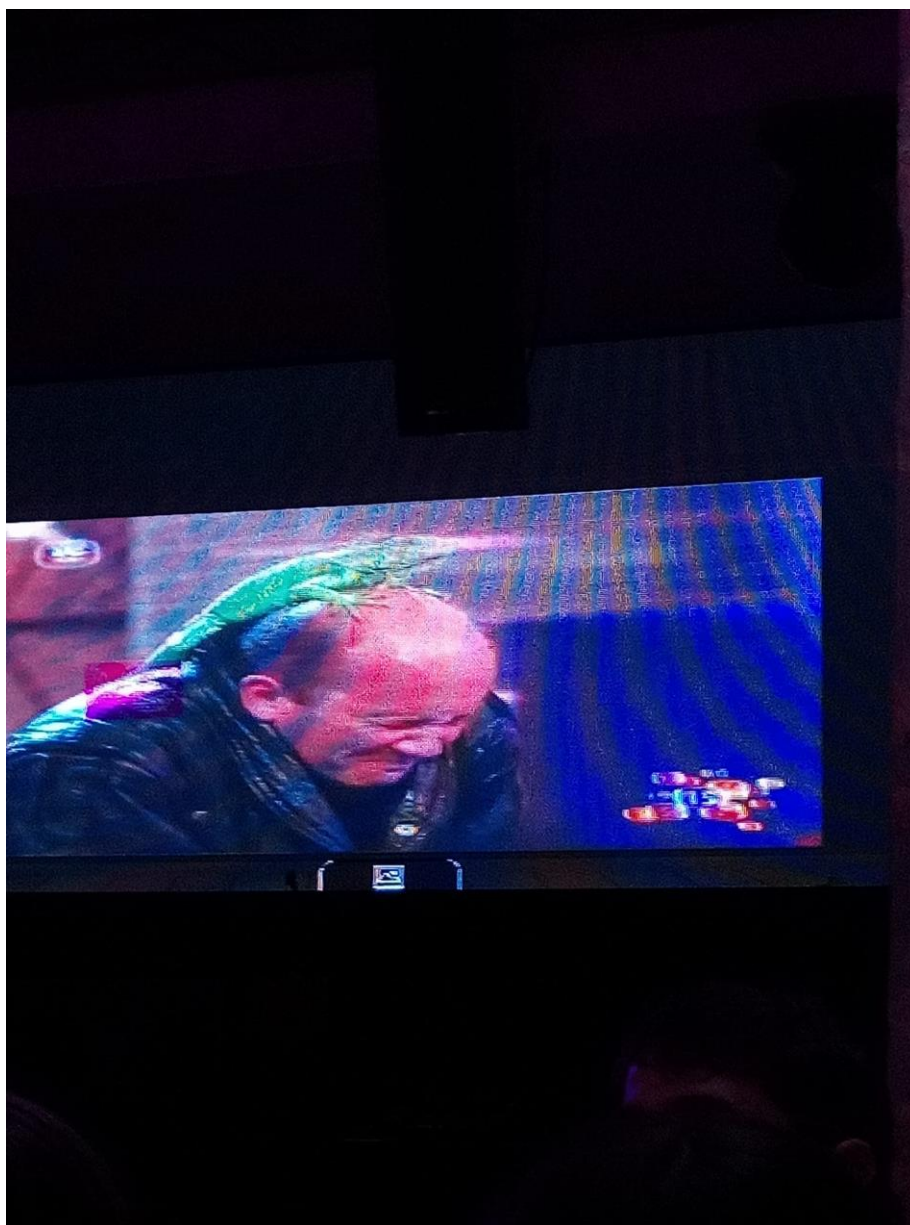


Figura 1 – Fotografia de um fotograma do programa Agora ou Nunca (SIC, 1996-1998), projetado numa tela ou parede.



Figura 2 – Exemplo de duas revistas temáticas sobre programas populares de horário nobre, como as telenovelas e os reality shows (fotografia captada em janeiro de 2024).



Figura 10 – Exemplo de sete ilustrações de trabalhos produzidos por fãs ou fan-works, por quatro autoras diferentes.

Lista de Tabelas

Anexo 1 – Tabela com os resultados da questão 1.1. por ordem alfabética.

Nome e info	Género e/ou subgénero	Nº de vezes que aparece como resposta	Idades
<i>3 Mulheres</i> (RTP, 2018 – 2022)	Drama	1	62
<i>9-1-1</i> (FOX, 2018 – 2023 e ABC, 2023 – presente)	Drama	1	21
<i>A Casa da Coruja [The Owl House]</i> (Disney Channel, 2020 – 2023)	Animação e fantasia	1	20
<i>A Guerra dos Tronos [Game of Thrones]</i> (HBO, 2011 – 2019)	Drama e fantasia	3	35, 41, 44
<i>A Lenda de Vox Machina [The Legend of Vox Machina]</i> (Prime Video, 2022 – presente)	Animação e fantasia	2	21, 35
<i>A Malta das T.I. [The IT Crowd]</i> (Channel 4, 2006 – 2013)	Sitcom	1	23
<i>A Máscara</i> (SIC, 2020 – presente)	Talent show	2	23, 24
<i>A Teoria do Big Bang [The Big Bang Theory]</i> (CBS, 2007 – 2019)	Sitcom	1	29
<i>A Vida é Injusta [Malcolm in the middle]</i> (FOX, 2000 – 2006)	Sitcom	1	21

<i>A Vida no Nosso Planeta Azul</i> [<i>Life on Our Planet</i>] (Netflix, 2023)	Documentário de natureza	1	25
<i>Alice in Borderland</i> [今際の国のアリス] (Netflix, 2020 – presente)	Ficção científica	1	41
<i>Alta Definição</i> (SIC, 2009 – presente)	Talk show	2	29, 49
<i>American Dad</i> (FOX, 2005 – 2014 e TBS, 2014 – presente)	Sitcom de animação	2	22, 28
<i>Ana com A</i> [<i>Anne With an E</i>] (CBC e Netflix, 2017 – 2019)	Drama histórico	3	19, 23, 24
<i>Anatomia de Grey</i> [<i>Greys Anatomy</i>] (ABC, 2005 – presente)	Drama médico	1	45
<i>Angel</i> (The WB, 1999 – 2004)	Drama sobrenatural	2	25, 35
<i>Arcane: League of Legends</i> (Netflix, 2021 – presente)	Animação e fantasia	1	21
<i>Até Que a Vida Nos Separe</i> (RTP, 2021)	Comédia dramática	1	33
<i>Atlanta</i> (FX, 2016 – 2022)	Comédia dramática	1	35
<i>Breaking Bad</i> (AMC, 2008 – 2013)	Drama e crime	2	23, 44

<i>Brooklyn Nine-Nine</i> (FOX, 2013 – 2018 e NBC, 2019 – 2021)	Sitcom (policial)	1	35
<i>Buffy, A Caçadora de Vampiros</i> [<i>Buffy, the Vampire Slayer</i>] (The WB, 1997 – 2001 e UPN, 2001 – 2003)	Drama sobrenatural	1	35
<i>Casos Arquivados</i> [<i>Cold Case</i>] (CBS, 2003 – 2010)	Drama policial	1	26
<i>Chernobyl</i> (HBO e Sky Atlantic, 2019)	Drama histórico	1	26
<i>Community</i> (NBC, 2009 – 2014 e Yahoo! Screen, 2015)	Sitcom	1	29
<i>Como Defender Um Assassino</i> [<i>How to Get Away With Murder</i>] (ABC, 2014 – 2020)	Thriller jurídico	1	28
<i>Competente e Descarada</i> [<i>The Nanny</i>] (CBS, 1993 – 1999)	Sitcom	1	33
<i>Conta-me Como Foi</i> (RTP, 2007 – 2023)	Drama histórico	2	41, 62
<i>Crime, Disse Ela</i> [<i>Murder, She Wrote</i>] (CBS, 1984 – 1996)	Drama policial	1	37
<i>CSI: Crime Sob Investigação</i> [<i>CSI: Crime Scene Investigation</i>] (CBS, 2000 – 2015)	Drama policial	2	23, 30

<i>CSI: Nova Iorque [CSI: NY – Crime Scene Investigation]</i> (CBS, 2004 – 2013)	Drama policial	1	23
<i>Dark</i> (Netflix, 2017 – 2020)	Ficção científica	1	26
<i>Doctor Who</i> (BBC1, 1963 – 1989 e BBC One, 2005 – presente)	Ficção científica	2	23, 25
<i>Downton Abbey</i> (ITV, 2010 – 2015)	Drama histórico	1	33
<i>Dr. House [House, M.D.]</i> (FOX, 2004 – 2012)	Drama médico	3	21, 25
<i>Family Guy</i> (FOX, 1999 – 2002 e 2005 – presente)	Sitcom de animação	1	28
<i>Festa é Festa</i> (TVI, 2021 – presente)	Telenovela	2	23, 33
<i>Festival Eurovisão da Canção [Eurovision Song Contest]</i> (RTP, 1964 – presente)	Competição (música)	1	37
<i>Firefly</i> (FOX, 2002 – 2003)	Ficção científica	1	35
<i>Fleabag</i> (BBC Three, 2006 e BBC One, 2019)	Comédia dramática	1	33
<i>Floribella</i> (SIC, 2006 – 2008)	Telenovela	1	23
<i>Foi Assim que Aconteceu [How I Met Your Mother]</i> (CBS, 2005 – 2014)	Sitcom	1	29

<i>Frasier</i> (NBC, 1993 – 2004 e Paramount+, 2023 – presente)	Sitcom	1	29
<i>Friends</i> (NBC, 1994 – 2004)	Sitcom	5	28, 30, 33, 37
<i>Fringe</i> (FOX, 2008 – 2013)	Ficção científica	1	33
<i>Fullmetal Alchemist: Brotherhood</i> (JNN, 2009 – 2010)	Animação e fantasia	1	23
<i>Futurama</i> (FOX, 1999 – 2003 e Comedy Central, 2008 – 2013 e Hulu, 2023 – presente)	Animação e ficção científica	1	28
<i>Gato Fedorento</i> (SIC, 2004 – 2005, 2008 - 2009 e RTP, 2006 – 2007 e TVI, 2015)	Comédia satírica	1	25
<i>Girl from Nowhere</i> (GMM 25, 2018 e Netflix, 2021)	Thriller (antológico)	1	21
<i>Glória</i> (Netflix, 2021)	Drama	1	62
<i>Good Omens</i> (Prime Video, 2019 – presente)	Comédia dramática e fantasia	4	19, 22, 28, 29
<i>Gossip Girl: Uma Garota Atrevida</i> (The CW, 2007 – 2012)	Drama adolescente	2	28, 35

<i>Gravity Falls</i> (Disney Channel, 2012 – 2013 e Disney XD, 2014 – 2016)	Animação e mistério	1	29
<i>Hell's Kitchen</i> (SIC, 2021 – presente)	Reality show (competição)	1	29
<i>Hora de Aventuras [Adventure Time]</i> (Cartoon Network, 2010 – 2018)	Animação e fantasia	1	20
<i>Ídolos</i> (SIC, 2003 – 2022)	Talent show (música)	1	35
<i>Insecure</i> (HBO, 2016 – 2021)	Comédia dramática	1	35
<i>Inside No. 9</i> (BBC Two, 2014 – presente)	Comédia dramática (antológica)	1	29
<i>Inspetor Max</i> (TVI, 2004 – 2019)	Drama policial	1	23
<i>Invencível [Invincible]</i> (Prime Video, 2021 – presente)	Animação e super-herói	1	22
<i>Isto É Gozar com Quem Trabalha</i> (SIC, 2020 – presente)	Talk show	2	23, 24
<i>Isto Somos Nós [This Is Us]</i> (NBC, 2016 – 2022)	Drama	2	24, 35

<i>Jess e os Rapazes [New Girl]</i> (FOX, 2011 – 2018)	Sitcom	2	28, 29
<i>Jogos Sem Fronteiras</i> (RTP, 1965 – 1999)	Concurso	1	35
<i>Joker</i> (RTP, 2018 – presente)	Concurso	4	30, 35, 41, 44
<i>Lições de Química [Lessons in Chemistry]</i> (Apple TV+, 2023)	Drama histórico	1	31
<i>Malmequer, Bem-Me-Quer [Pushing Daisies]</i> (ABC, 2007 – 2009)	Comédia dramática	1	29
<i>Mentes Criminosas [Criminal Minds]</i> (CBS, 2005 – 2020 e Paramount+, 2022 – presente)	Drama policial	2	21
<i>Miraculous: As Aventuras de Ladybug [Miraculous, les aventures de Ladybug et Chat Noir]</i> (TF1, 2015 – presente)	Animação e super-herói	1	37
<i>Morangos com Açúcar</i> (TVI, 2003 – 2012)	Telenovela	2	21, 27
<i>No Meio do Nada [The Middle]</i> (ABC, 2009 – 2018)	Sitcom	1	28
<i>O Caminho das Estrelas [Star Trek]</i> (NBC, 1966 – 1969)	Ficção científica	2	25, 37

<i>O Clone</i> (TV Globo, 2001 – 2002)	Telenovela	1	43
<i>O Mentalista [The Mentalist]</i> (CBS, 2008 – 2015)	Drama policial	2	21, 32
<i>O Polvo [La Piovra]</i> (RAI, 1984 – 2001)	Drama e crime	1	43
<i>O Sexo e a Cidade [Sex and the City]</i> (HBO, 1998 – 2004)	Comédia romântica	1	35
<i>O Último a Sair</i> (RTP, 2011)	Comédia satírica	2	24, 37
<i>O Verão Em Que Me Apaixonei [The Summer I Turned Pretty]</i> (Prime Video, 2022 – presente)	Drama adolescente	1	28
<i>One Tree Hill</i> (The WB, 2003 – 2006 e The CW, 2006 – 2012)	Drama adolescente	1	33
<i>Ordem Moral</i> (RTP, 2021)	Drama histórico	1	62
<i>Orphan Black</i> (CTV Sci-Fi Channel e BBC America, 2013 – 2017)	Ficção científica	1	29
<i>Os Simpsons [The Simpsons]</i> (FOX, 1989 – presente)	Sitcom de animação	2	28, 30
<i>Os Sopranos [The Sopranos]</i> (HBO, 1999 – 2007)	Drama e crime	1	23
<i>Os Traidores</i> (SIC, 2023)	Reality show (Concurso)	1	24

<i>Our Flag Means Death</i> (HBO Max, 2022 – 2023)	Comédia romântica	6	19, 22, 23, 29, 35
<i>Pantanal</i> (Rede Manchete, 1990)	Telenovela	1	43
<i>Para Lá do Jardim [Over the Garden Wall]</i> (Cartoon Network, 2014)	Animação e fantasia	1	29
<i>Planeta Pré-Histórico [Prehistoric Planet]</i> (Apple TV+, 2022 – 2023)	Documentário de natureza	1	25
<i>Poder Feminino [The Bold Type]</i> (Freeform, 2017 – 2021)	Comédia dramática	1	28
<i>Poirot [Agatha Christie's Poirot]</i> (ITV, 1989 – 2013)	Drama policial	1	26
<i>Pôr do Sol</i> (RTP, 2021 – 2022)	Comédia satírica	2	25, 33
<i>Preço Certo</i> (RTP, 1990 – presente)	Concurso	1	30
<i>Psych – Agentes Especiais [Psych]</i> (USA Network, 2006 – 2014)	Comédia dramática	1	25
<i>Querido, Mudei a Casa!</i> (SIC Mulher, 2004 – 2014 e TVI, 2014 – presente)	Reality show	1	49
<i>Remédio Santo</i> (TVI, 2011 – 2012)	Telenovela	1	23

<i>Residencial Tejo</i> (SIC, 1999 – 2002)	Sitcom	1	62
<i>Resident Alien</i> (Syfy, 2021 – presente)	Ficção científica	1	28
<i>Revenge</i> (ABC, 2011 – 2015)	Telenovela	1	31
<i>Reviver o Passado em Brideshead [Brideshead Revisited]</i> (ITV, 1981)	Drama histórico	1	43
<i>Rick e Morty [Rick and Morty]</i> (Cartoon Network, 2013 – presente)	Sitcom de animação	1	22
<i>Roque Santeiro</i> (TV Globo, 1985 – 1986)	Telenovela	1	43
<i>RuPaul's Drag Race</i> (Logo TV, 2009 – 2016 e VH1, 2017 – 2022 e MTV, 2023 – presente)	Reality show (Concurso)	1	28
<i>Separação [Severance]</i> (Apple TV+, 2022 – presente)	Thriller psicológico e ficção científica	1	29
<i>Sherlock</i> (BBC One, 2010 – 2017)	Drama policial	1	25
<i>Sherlock Holmes</i> (ITV, 1984 – 1994)	Drama policial	1	43

<i>Sim, Senhor Ministro</i> [<i>Yes, Prime Minister</i>] (BBC Two, 1986 – 1988)	Comédia satírica	1	60
<i>Sobrenatural</i> [<i>Supernatural</i>] (The WB, 2005 – 2006 e The CW, 2006 – 2020)	Drama sobrenatural	2	23, 35
<i>Sons of Anarchy</i> (FX, 2008 – 2014)	Drama e crime	3	33, 41, 44
<i>South Park</i> (Comedy Central, 1997 – presente)	Sitcom de animação	1	28
<i>Star Wars Rebels</i> (Disney XD, 2014 – 2018)	Animação e ficção científica	1	35
<i>Steven Universe</i> (Cartoon Network, 2013 – 2019)	Animação e fantasia	2	20, 23
<i>Stranger Things</i> (Netflix, 2016 – presente)	Ficção científica	2	41, 44
<i>Sweet Tooth</i> (Netflix, 2021 – presente)	Drama e fantasia	1	28
<i>Swingtown</i> (CBS, 2008)	Drama	1	29
<i>Tal Mãe, Tal Filha</i> [<i>Gilmore Girls</i>] (The WB, 2000 – 2006 e The CW, 2007)	Comédia dramática	1	31
<i>Taskmaster</i> (RTP, 2022 – presente)	Concurso	11 (uma pessoa que especificou a	21, 22, 23, 24, 30, 33, 35, 40

		versão portuguesa)	
<i>Taskmaster</i> (Dave, 2015 – 2019 e Channel 4, 2020 – presente)	Concurso	1	29
<i>Ted Lasso</i> (Apple TV+, 2020 – 2023)	Comédia dramática	1	33
<i>Telejornal</i> (RTP, 1959 – presente)	Noticiário	1	35
<i>The Boys</i> (Prime Video, 2019 – presente)	Comédia satírica	3	25, 41, 44
<i>The Closer</i> (TNT, 2005 – 2012)	Drama policial	2	21, 53
<i>The Gilded Age</i> (HBO, 2022 – presente)	Drama histórico	1	31
<i>The Mindy Project</i> (FOX, 2012 – 2015 e Hulu, 2015 – 2017)	Comédia romântica	1	29
<i>The Morning Show</i> (Apple TV+, 2019 – presente)	Drama	2	31, 41
<i>The O.C.: Na Terra dos Ricos</i> [<i>The OC</i>] (FOX, 2003 – 2007)	Drama adolescente	1	28
<i>The Office - A Empresa</i> [<i>The Office</i>] (BBC, 2001 – 2003)	Mocumentário	1	35
<i>The Voice Portugal</i> (RTP, 2011 - presente)	Talent show	2	24, 26

<i>The Walking Dead</i> (AMC, 2010 – 2022)	Drama e terror	1	22
<i>Tieta</i> (TV Globo, 1989 – 1990)	Telenovela	1	43
<i>Tu [You]</i> (Lifetime, 2018 e Netflix, 2019 – presente)	Thriller psicológico	1	28
<i>Twin Peaks</i> (ABC, 1990 – 1991 e Showtime, 2017)	Drama e mistério	1	43
<i>Uma Família Muito Moderna [Modern Family]</i> (ABC, 2009 – 2020)	Mocumentário	2	28, 29
<i>Velas Negras [Black Sails]</i> (Starz, 2014 – 2017)	Drama histórico	1	29
<i>Vida de Mãe [Mom]</i> (CBS, 2013 – 2021)	Sitcom (comédia dramática)	1	33
<i>Vikings</i> (História, 2013 – 2020 e Prime Video, 2020)	Drama histórico	1	41
<i>Warehouse 13</i> (Syfy, 2009 – 2014)	Ficção científica	1	29
<i>What We Do In The Shadows</i> (FX, 2019 – 2024)	Mocumentário e comédia de terror	3	19, 23, 29
<i>White Lotus</i> (HBO, 2021 – presente)	Comédia dramática	1	41
<i>You're the Worst</i> (FX, 2014 e FXX, 2015 – 2019)	Comédia dramática	1	29

Anexo 2 – Tabela de respostas à pergunta 1.1. que mencionam o género ou o formato de programa televisivo favorito.

Género ou formato	Nº de vezes que aparece como resposta	Idade
Séries	4	38, 42, 53
Séries dobradas em português	1	43
Séries nacionais	1	43
Informativos	1	42
Séries de ficção científica, de fantasia, e dramáticas	1	38
Séries de crime e de mistério	1	52
Sitcom	2	42, 52
Filmes	2	40, 54
Documentários	2	42, 57
Telenovelas brasileiras	1	43
Programas musicais de auditório com música ao vivo	1	43
Natureza	1	62

Anexo 3 – Tabela de géneros televisivos mais populares na resposta 1.1.

Género	Nº de programas mencionados	Nº de fãs do género	Idades
Sitcom	13	15	21, 23, 28, 29, 30, 33, 35, 37, 62
Comédia dramática	12	10	25, 28, 29, 31, 33, 35, 41
Drama policial	11	11	21, 23, 25, 26, 30, 32, 37, 43, 53
Drama histórico	10	9	19, 23, 24, 26, 29, 31, 33, 41, 43, 62
Ficção científica	10	13	23, 25, 26, 28, 29, 33, 35, 37, 41, 44
Telenovela	9	6	21, 23, 27, 31, 33, 43
Animação e fantasia	7	5	20, 21, 23, 29, 35
Drama	6	7	21, 24, 29, 31, 35, 41, 62
Comédia satírica	5	8	24, 25, 33, 37, 41, 44, 60
Sitcom de animação	5	3	22, 28, 30
Concurso	5	15	21, 22, 23, 24, 29, 30, 33, 35, 41, 44
Drama e crime	4	5	23, 33, 41, 43, 44

Drama adolescente	4	4	28, 33, 35
Reality show	4	4	24, 28, 29, 49
Comédia romântica	3	7	19, 22, 23, 29, 35
Drama sobrenatural	3	3	23, 25, 35
Mocumentário	3	6	19, 23, 28, 29, 35
Talent show	3	4	23, 24, 26, 35
Talk show	2	5	23, 24, 29, 49
Thriller psicológico	2	2	28, 29
Drama e fantasia	2	4	28, 35, 41, 44
Drama médico	2	3	21, 25, 45
Documentário de natureza	2	1	25
Animação e ficção científica	2	2	28, 35
Animação e super-herói	2	2	22, 37
Drama e terror	1	1	22
Drama e mistério	1	1	43
Comédia dramática e fantasia	1	4	19, 22, 28, 29
Thriller	1	1	21

Thriller jurídico	1	1	28
Animação e mistério	1	1	29
Competição (música)	1	1	37
Noticiário	1	1	35

Anexo 4 – Tabela da frequência de idade das pessoas inquiridas em relação às respostas da pergunta 1.2. (sem referência na análise)

Resposta à pergunta 1.2.	Idade
Sim	19, 20, 21, 21, 22, 22, 23, 23, 23, 24, 24, 24, 25, 25, 25, 26, 26, 26, 27, 28, 28, 28, 28, 29, 29, 29, 29, 29, 29, 30, 30, 31, 32, 33, 33, 33, 35, 35, 35, 35, 37, 37, 38, 38, 40, 41, 42, 42, 43, 43, 44, 44, 47, 49, 52, 53, 53, 54, 57, 60, 62, 62
Não	21, 23, 30, 40, 41, 45

Anexo 5 – Tabela que demonstra os resultados da comparação das respostas à pergunta 1.2.1. com as respostas à pergunta 1.2.2.

		Resposta à pergunta 1.2.2.	
		Sim, surpreendi-me	Não, a memória foi fiel ao programa
Resposta à pergunta 1.2.1.	Continuou a mesma	20	31
	Mudou	5	7

Anexo 6 – Tabela de resultados de análise de idade e da década do início de emissão dos programas de televisão favoritos das pessoas inquiridas que mudou de opinião depois de rever os mesmos.

Década de início do programa televisivo	Número de respostas	Idades
1960	3	23, 25, 37
1980	2	28, 37
1990	2	28, 29, 32
2000	8	23, 25, 28, 29, 29, 31, 53
2010	7	20, 23, 25, 29, 29, 31, 37
2020	5	20, 23, 29, 29, 31

Anexo 7 – Tabela de análise das emoções, estados emotivos ou conceitos presentes nas respostas à pergunta 1.3.

	Positivas	Neutras	Negativas
	Felicidade – 14	Inclusão – 1	Frustração – 1
	Diversão – 4	Nostalgia – 24	Infelicidade/tristeza – 5
	Entusiasmo – 5	Admiração (Awe) – 2	Saudade – 2
	Conforto – 9	Desconectar/descontração/ relaxamento – 4	

	Alegria – 17	Humor – 1	
	Simpatia – 1	Espanto – 1	
	Empatia – 2	Familiaridade/regressar a casa – 2	
	Tranquilidade/calma – 3	Despertar de emoções/ muitas emoções – 2	
	Motivação – 1	Na expectativa – 1	
	Segurança – 1	Transporte para o universo do programa – 1	
	Boa representação – 1	Suspense – 1	
	Boa disposição – 1	Distração – 1	
	Satisfação – 2		
Total:	61	41	8
Idades:	19, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 35, 37, 38, 40, 41, 42, 47, 52, 53, 57, 60	20, 21, 23, 24, 25, 26, 28, 29, 30, 33, 35, 37, 38, 41, 42, 43, 44, 45, 49, 54, 62	22, 25, 38, 41, 62

Anexo 8 – Tabela de análise das razões que levaram às respostas da pergunta 1.3.

Tema ou categoria	Número de vezes que aparece como resposta	Idades
-------------------	---	--------

Passado	14	20, 21, 21, 23, 24, 25, 28, 28, 29, 32, 35, 41, 43, 62
Escape	10	23, 23, 26, 28, 29, 31, 37, 42, 43, 53
Técnica	6	26, 29, 33, 49, 57
Sentimento	5	30, 33, 35, 44, 52
Socialização	4	21, 32, 35, 43
Ver o programa como se fosse a 1ª vez	2	28, 38
Relação parassocial	2	22, 28
Identidade	1	19

Anexo 9 – Tabela de análise das respostas à pergunta 1.4. por tema presente na resposta.

Sentimental/Pessoal	Técnica	Pedagógica
46	28	6

Anexo 10 – Tabela dos temas ou categorias presentes nas respostas à pergunta 1.5., “Faz alguma coisa para manter os seus programas favoritos na sua memória? O que faz e porque acha que o faz?”

Temas ou categorias	Frequência dos temas nas respostas	Idades
---------------------	------------------------------------	--------

Visualização repetida	24	20, 21, 23, 24, 25, 26, 28, 29, 30, 33, 35, 37, 43, 44, 47, 49
Memória	8	21, 24, 27, 32, 33, 38, 40, 42
Ler sobre o programa/seguir coisas sobre o programa	8	19, 25, 28, 38, 42, 43
Socialização	7	23, 24, 28, 29, 33, 38, 41, 62
Colecionismo	4	19, 29, 41, 44
Cultura participável dos media	3	19, 20, 29
Referenciar o programa	3	25, 26, 29
Não faz nada/não sabe	24	21, 22, 23, 24, 28, 29, 30, 31, 35, 37, 40, 41, 42, 44, 45, 52, 53, 54, 57, 60, 62

Anexo 11 – Tabela de programas memoráveis para os telespectadores, por ordem alfabética.

Programa	Género ou formato	Número de vezes que aparece como resposta	Idade	Média de idades
<i>#CasaDoCais</i> (RTP, 2018 – 2020)	Comédia, ficção	1	33	
<i>A Formiga Ferdy</i> [Ferdy, die	Infantojuvenil, animação	1	42	

<i>Ameise]</i> (SWR Fernsehen, 1984 – 1985)				
<i>Alta Definição</i> (SIC, 2009 – presente)	Talk show	1	49	
<i>Batatoon</i> (TVI, 1998 – 2007)	Infantojuvenil	2	26	
<i>Big Brother</i> (TVI, 2000)	Reality show	1	35	
<i>Big Show SIC</i> (SIC, 1995 – 2001)	Talk show	3	29, 32	30,5
<i>Chuva de Estrelas</i> (SIC, 1993 – 2000)	Talent show	1	31	
<i>Clube Amigos Disney</i> (RTP, 1986 – 1989)	Infantojuvenil	1	43	
<i>Conta-me Como Foi</i> (RTP, 2007 – 2023)	Drama histórico, ficção	6	23, 24, 25, 28, 33, 38	28,5
<i>Dá-lhe Gás</i> (SIC, 1999 – 2005)	Concurso	1	29	
<i>Dança com as Estrelas</i> (TVI, 2013 – presente)	Talent show	1	31	

<i>Gato Fedorento: Zé Carlos</i> (SIC, 2008 – 2009)	Humor	1	28	
<i>Herman Enciclopédia</i> (RTP, 1997 – 1998)	Humor	5	36, 37, 38, 40, 44	39
<i>Hora H</i> (SIC, 2007 – 2008)	Humor	1	25	
<i>Ídolos</i> (SIC, 2003 – 2022)	Talent show	1	29	
<i>Ilha das Cores</i> (RTP, 2007 – 2009)	Infantojuvenil	2	23, 24	23,5
<i>Inspetor Max</i> (TVI, 2004 – 2019)	Drama policial, ficção	1	23	
<i>Jardins Proibidos</i> (TVI, 2000 – 2001)	Telenovela, ficção	1	20	
<i>Jogos Sem Fronteiras</i> (RTP, 1965 – 1999)	Concurso	7	23, 33, 35, 35, 43, 44, 47	37,1
<i>Morangos com Açúcar</i> (TVI, 2003 – 2012)	Telenovela, ficção	7	21, 23, 28, 29, 29, 30, 30	27,1

Noticiários ("qualquer jornal das 13h/20h" e "notícias da CMTV")	Informação	2	23, 27	25
<i>O Tal Canal</i> (RTP, 1983 – 1984)	Humor	7	22, 26, 40, 41, 44, 52, 60	40,7
<i>O Último a Sair</i> (RTP, 2011)	Comédia satírica, humor	3	26, 35, 37	32,6
<i>Operação Triunfo</i> (RTP, 2003 – 2010)	Talent show	1	28	
<i>Ordem Moral</i> (RTP, 2021)	Drama histórico, ficção	1	62	
<i>Pôr do Sol</i> (RTP, 2021 – 2022)	Comédia satírica, ficção	4	25, 29, 30, 32	29
<i>Preço Certo</i> (RTP, 1990 – presente)	Concurso	9	21, 21, 24, 24, 25, 26, 27, 30, 42	26,6
<i>Quem Quer Ser Milionário</i> (RTP, 2000 – 2015)	Concurso	1	30	
<i>Secret Story: Casa dos Segredos</i> (TVI, 2010 – 2018)	Reality show	1	26	

<i>Sexta às 9</i> (RTP, 2012 – 2021)	Informação	1	40	
<i>Taskmaster</i> (RTP, 2022 – presente)	Concurso	4	22, 23, 24, 54	30,7
<i>Um, Dois, Três</i> (RTP, 1984 – 2005)	Concurso	5	40, 41, 45, 57, 62	49

Anexo 12 – Tabela de classificação de géneros televisivos presentes nas respostas à pergunta número 2.

Género	Frequência de resposta	Idades
Concurso	27	21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 29, 30, 33, 35, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 47, 54, 57, 62
Ficção	21	20, 21, 23, 24, 25, 28, 29, 30, 32, 33, 38, 62
Humor	17	22, 25, 26, 28, 35, 36, 37, 38 40, 41, 44, 52, 60
Infantojuvenil	6	22, 23, 24, 26, 42, 43
Talk show	4	28, 29, 32, 49
Talent show	3	28, 29, 31
Informação	3	23, 27, 40

Reality show	2	26, 35
--------------	---	--------

Anexo 13 – Tabela das categorias dos motivos presentes nas respostas à pergunta número 2.

Categoria	Respostas que se adequam a esta categoria	Idades
Memória	26	20, 21, 23, 24, 26, 28, 29, 30, 31, 33, 35, 37, 41, 42, 43, 44, 47, 57
Relevância cultural/histórica	10	23, 27, 29, 38, 40, 44 60, 62
Autenticidade	9	22, 24, 29, 30, 32, 35, 37, 41
Qualidade do programa	7	24, 26, 28, 35, 44, 52, 54

Anexo 14 – Tabela das respostas à pergunta 5.2.

Resposta	Nº de respostas	Idades
Online/na internet e Offline/em pessoa	39	19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 35, 36, 37, 38, 40, 41, 42, 45, 48, 57
Offline/em pessoa	29	21, 22, 23, 24, 27, 28, 29, 30, 32, 33, 37, 41, 42, 43, 44, 47, 49, 52, 53, 60, 62

Online/na internet	5	24, 25, 40
--------------------	---	------------

Anexo 15 – Tabela de análise comparativa entre as respostas à pergunta 5.1. e as respostas à pergunta 5.2.

Respostas à pergunta 5.2.	Respostas à pergunta 5.1.				
		Dá e recebe sugestões	Recebe sugestões	Dá sugestões	Não dá nem recebe sugestões
	Online/na internet e Offline/em pessoa	34	1	3	1
	Idades	19, 20, 21, 21, 22, 23, 24, 25, 25, 26, 26, 28, 28, 28, 28, 29, 29, 29, 29, 30, 30, 33, 35, 35, 35, 35, 36, 38, 38, 40, 41, 42, 45, 48, 57 anos	32 anos	22, 31 e 37 anos	30 anos
	Offline/em pessoa	21	7	0	1

	Idades	23, 23, 24, 27, 28, 29, 30, 30, 32, 33, 37, 37, 43, 43, 44, 44, 47, 52, 53, 60, 62 anos	21, 23, 27, 28, 41, 42, 49 anos		22 anos
	Online/na internet	4	0	1	0
	Idades	24, 25, 40, 40 anos		25 anos	

Anexo 16 – Tabela de análise entre os perfis resultantes das respostas às questões 5.1. e 5.2., e as respostas à pergunta 6.

		Resposta à questão número 6		
		Depende do conteúdo que acabou de ver	Necessita falar	Necessita refletir
Perfis resultantes das respostas às questões 5.1. e 5.2.	Perfil 1	27	6	1
	Perfil 2	21	0	0
	Perfil 3	4	0	0
	Perfil 4	1	0	0
	Perfil 5	5	0	2

	Perfil 6	2	1	0
	Perfil 7	1	0	0
	Perfil 8	1	0	0
	Perfil 9	1	0	0

Anexo 17 – Tabela de perfis das perguntas 5.1., 5.2. e 6.

Perfis	Descrição	Frequência
1.1.	• Dão e recebem sugestões de visualização • Falam online e offline • A necessidade de falar depende do conteúdo	27
1.2.	• Dão e recebem sugestões de visualização • Falam online e offline • Necessitam de falar sobre o que viram	6
1.3.	• Dá e recebe sugestões de visualização • Fala online e offline • Necessita de refletir sobre o que viu	1
2.1.	• Dão e recebem sugestões de visualização • Falam offline • A necessidade de falar depende do conteúdo	21
3.1.	• Dão e recebem sugestões de visualização • Falam online • A necessidade de falar depende do conteúdo	4
4.1.	• Recebe sugestões de visualização • Fala online e offline	1

	• A necessidade de falar depende do conteúdo	
5.1.	• Recebem sugestões de visualização • Falam offline • A necessidade de falar depende do conteúdo	5
5.2.	• Recebem sugestões de visualização • Falam offline • Têm necessidade de refletir sobre o conteúdo	2
6.1.	• Dão sugestões de visualização • Falam online e offline • A necessidade de falar depende do conteúdo	2
6.2.	• Dá sugestões de visualização • Fala online e offline • Precisa de falar sobre o que viu	1
7.1.	• Dá sugestões de visualização • Fala online • A necessidade de falar depende do conteúdo	1
8.1.	• Não dá nem recebe sugestões • Fala online e offline • A necessidade de falar depende do conteúdo	1
9.1.	• Não dá nem recebe sugestões • Fala offline • A necessidade de falar depende do conteúdo	1

Anexo 18 – Tabela de análise das respostas à pergunta número 8.

Dispositivos usados	Número de utilizadores	Idades
---------------------	------------------------	--------

Televisor	26	22, 22, 24, 24, 26, 27, 28, 29, 30, 30, 30, 37, 37, 40, 40, 41, 44, 44, 47, 49, 52, 53, 54, 60, 62
Televisor e computador	23	21, 22, 23, 23, 23, 24, 25, 25, 25, 26, 27, 30, 30, 35, 35, 36, 37, 41, 42, 42, 44, 45, 48
Televisor, telemóvel e computador	12	23, 23, 24, 26, 28, 29, 33, 33, 35, 35, 43, 58
Televisor e telemóvel	7	28, 29, 30, 33, 38, 53, 62
Computador	6	19, 21, 32, 32, 38, 43
Telemóvel e computador	5	21, 24, 25, 26, 28
Televisor, telemóvel, tablet e computador	2	28, 29
Televisor, tablet e computador	2	29, 31
Televisor e tablet	1	29
Tablet e computador	1	20
Telemóvel	1	40

Anexo 19 – Tabela de análise das respostas à pergunta número 9.

Resposta à pergunta 9	Número	Idade
-----------------------	--------	-------

Sim	55	19, 20, 22, 22, 23, 23, 23, 24, 24, 24, 24, 25, 25, 26, 26, 26, 26, 27, 28, 28, 28, 28, 29, 29, 29, 29, 30, 30, 30, 32, 33, 33, 33, 35, 35, 35, 35, 37, 37, 38, 38, 40, 40, 40, 41, 42, 43, 43, 44, 44, 47, 53, 53, 54, 58
Não	16	21, 21, 21, 22, 23, 24, 27, 29, 30, 30, 36, 41, 44, 45, 52, 60
De momento, não	15	23, 25, 25, 28, 29, 30, 31, 32, 37, 42, 48, 49, 57, 62, 62

Anexo 20 – Tabela de análise de respostas das 24 pessoas que demonstraram utilizar a visualização repetida como forma de manter o seu programa favorito na memória.

Análise de respostas das 24 pessoas que demonstraram utilizar a visualização repetida como forma de manter o seu programa favorito na memória						
Resposta à pergunta nº 7	Resposta à pergunta nº 8		Resposta à pergunta nº 9			Idades
Sim: 14 pessoas	Mais do que um dispositivo: 11 pessoas	Um dispositivo: 3 pessoas	Sim: 8 pessoas	Não: 2 pessoas	De momento, não: 4 pessoas	21, 24, 25, 26, 30, 33, 35, 35, 37, 43, 43, 44, 47, 49

Não: 10 pessoas	Mais do que um dispositivo: 9 pessoas	Um dispositivo: 1 pessoa	Sim: 7 pessoas	Não: 1 pessoa	De momento, não: 1 pessoa	20, 23, 23, 25, 26, 28, 29, 29, 33, 35
--------------------	--	--------------------------------	-------------------	------------------	------------------------------------	---

Anexo 21 – Tabela de análise das respostas à pergunta número 3 com as respostas à pergunta número 7.

		Respostas à pergunta nº 7	
		Sim	Não
Respostas à pergunta nº 3	Sim	33	32
	Não	5	16

Anexo 22 – Tabela de análise das respostas à pergunta número 9 por inquiridos que mostraram ter um programa de televisão que gostariam de voltar a ver emitido e que não têm por hábito ver canais cuja programação consiste em conteúdo repetido ou emitido anteriormente.

	Resposta à pergunta nº 9		
	Sim	Não	De momento, não
Pessoas que têm um programa de televisão que gostariam de voltar a ver no ar e que não têm por hábito ver canais cuja	24	4	4

programação consiste em conteúdo repetido ou emitido anteriormente			
Idade	19, 20, 22, 22, 23, 23, 25, 26, 28, 29, 29, 30, 30, 32, 33, 35, 35, 37, 37, 38, 38, 40, 40, 53	21, 27, 29, 52	23, 28, 29, 42

Anexo 23 – Tabela de análise de programas de televisão favoritos dos participantes do estudo que responderam “Sim, surpreendi-me” à pergunta 1.2.2.

Década de início do programa televisivo	Programa televisivo	Total
1950	<i>Telejornal</i> (RTP, 1959 – presente)	1
1960	<i>Jogos Sem Fronteiras</i> (RTP, 1965 – 1999) <i>O Caminho das Estrelas [Star Trek]</i> (NBC, 1966 – 1969)	2
1980	<i>Crime, Disse Ela [Murder, She Wrote]</i> (CBS, 1984 – 1996) <i>Os Simpsons [The Simpsons]</i> (FOX, 1989 – presente) <i>Poirot [Agatha Christie’s Poirot]</i> (ITV, 1989 – 2013)	5

	<i>Roque Santeiro</i> (TV Globo, 1985 – 1986) <i>Tieta</i> (TV Globo, 1989 – 1990)	
1990	<i>Friends</i> (NBC, 1994 – 2004) <i>Pantanal</i> (Rede Manchete, 1990) <i>Preço Certo</i> (RTP, 1990 – presente)	3
2000	<i>A Teoria do Big Bang [The Big Bang Theory]</i> (CBS, 2007 – 2019) <i>Alta Definição</i> (SIC, 2009 – presente) <i>American Dad</i> (FOX, 2005 – 2014 e TBS, 2014 – presente) <i>Casos Arquivados [Cold Case]</i> (CBS, 2003 – 2010) <i>Conta-me Como Foi</i> (RTP, 2007 – 2023) <i>CSI: Crime Sob Investigação [CSI: Crime Scene Investigation]</i> (CBS, 2000 – 2015) <i>Floribella</i> (SIC, 2006 – 2008) <i>Fringe</i> (FOX, 2008 – 2013) <i>Gossip Girl: Uma Garota Atrevida</i> (The CW, 2007 – 2012) <i>Ídolos</i> (SIC, 2003 – 2022) <i>Inspetor Max</i> (TVI, 2004 – 2019) <i>Morangos com Açúcar</i> (TVI, 2003 – 2012) <i>O Clone</i> (TV Globo, 2001 – 2002) <i>O Mentalista [The Mentalist]</i> (CBS, 2008 – 2015)	20

	<i>Querido, Mudei a Casa!</i> (SIC Mulher, 2004 – 2014 e TVI, 2014 – presente) <i>RuPaul's Drag Race</i> (Logo TV, 2009 – 2016 e VH1, 2017 – 2022 e MTV, 2023 – presente) <i>Uma Família Muito Moderna</i> [<i>Modern Family</i>] (ABC, 2009 – 2020) <i>Sons of Anarchy</i> (FX, 2008 – 2014) <i>Tal Mãe, Tal Filha</i> [<i>Gilmore Girls</i>] (The WB, 2000 – 2006 e The CW, 2007) <i>The Office - A Empresa</i> [<i>The Office</i>] (BBC, 2001 – 2003)	
2010	<i>A Guerra dos Tronos</i> [<i>Game of Thrones</i>] (HBO, 2011 – 2019) <i>Ana com A</i> [<i>Anne With an E</i>] (CBC e Netflix, 2017 – 2019) <i>Atlanta</i> (FX, 2016 – 2022) <i>Chernobyl</i> (HBO e Sky Atlantic, 2019) <i>Como Defender Um Assassino</i> [<i>How to Get Away With Murder</i>] (ABC, 2014 – 2020) <i>Dark</i> (Netflix, 2017 – 2020) <i>Isto Somos Nós</i> [<i>This Is Us</i>] (NBC, 2016 – 2022) <i>Good Omens</i> (Prime Video, 2019 – presente) <i>Joker</i> (RTP, 2018 – presente) <i>Jess e os Rapazes</i> [<i>New Girl</i>] (FOX, 2011 – 2018)	22

	<i>Miraculous: As Aventuras de Ladybug</i> [Miraculous, les aventures de Ladybug et Chat Noir] (TF1, 2015 – presente) <i>Remédio Santo</i> (TVI, 2011 – 2012) <i>Revenge</i> (ABC, 2011 – 2015) <i>Rick e Morty</i> [Rick and Morty] (Cartoon Nertwork, 2013 – presente) <i>Stranger Things</i> (Netflix, 2016 – presente) <i>The Boys</i> (Prime Video, 2019 – presente) <i>The Mindy Project</i> (FOX, 2012 – 2015 e Hulu, 2015 – 2017) <i>The Morning Show</i> (Apple TV+, 2019 – presente) <i>The Voice Portugal</i> (RTP, 2011 - presente) <i>The Walking Dead</i> (AMC, 2010 – 2022) <i>What We Do In The Shadows</i> (FX, 2019 – 2024) <i>Vikings</i> (História, 2013 – 2020 e Prime Video, 2020)	
2020	<i>A Máscara</i> (SIC, 2020 – presente) <i>Até Que a Vida Nos Separe</i> (RTP, 2021) <i>Festa é Festa</i> (TVI, 2021 – presente) <i>Invencível</i> [Invincible] (Prime Video, 2021 – presente) <i>Isto É Gozar com Quem Trabalha</i> (SIC, 2020 – presente)	9

	<i>Lições de Química [Lessons in Chemistry]</i> (Apple TV+, 2023) <i>Our Flag Means Death</i> (HBO Max, 2022 – 2023) <i>Taskmaster</i> (RTP, 2022 – presente) <i>The Gilded Age</i> (HBO, 2022 – presente)	
--	---	--

Anexo 24 – Géneros de programas de televisão favoritos das pessoas inquiridas que responderam “Sim” à pergunta número 5., “Costuma falar socialmente sobre os programas de televisão que vê?”

Género	Número de fãs
Drama	32
Comédia	32
Concurso	16
Ficção científica	15
Talent show	6
Telenovela	6
Fantasia	6
Thriller	4
Reality show	4
Talk show	4
Documentário	3
Noticiário/informação	2
Super-herói	2

Mistério	2
Crime	1
Filmes	1

Anexo 25 – Análise comparativa entre as respostas às perguntas 1.5. e 5.2.

		Resposta à pergunta 5.2.		
		Online e offline	Online	Offline
Temas das respostas à pergunta 1.5.	Visualização repetida	8	-	6
	Memória	3	1	4
	Ler sobre o programa/seguir coisas sobre o programa	3	-	1
	Socialização	1	-	1
	Referenciar o programa	2	-	1
	Colecionismo	1	-	-
	Cultura participável dos media	-	-	-

	Socialização e Visualização repetida	3	-	1
	Cultura participável dos media e Socialização	1	-	-
	Ler sobre o programa/seguir coisas sobre o programa, Colecionismo e Cultura participável dos media	1	-	-
	Ler sobre o programa/seguir coisas sobre o programa e Visualização repetida	-	1	-
	Visualização repetida, Referenciar o programa e Cultura participável dos media	1	-	-

	Visualização repetida e Colecionismo	-	-	1
	Colecionismo e Socialização	1	-	-

Apêndice A: Questionário

28/01/24, 12:44

A memória coletiva dos telespectadores

A memória coletiva dos telespectadores

No âmbito da Dissertação de Mestrado em Ciências da Comunicação, Cinema e Televisão da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa, solicito a colaboração de todas as pessoas que têm como hábito ver televisão, para o preenchimento de um questionário sobre **a memória coletiva dos telespectadores**.

Este estudo tem como objetivo estudar as características e identificar semelhanças da memória coletiva dos telespectadores, através da identificação da existência de programas de televisão favoritos do público e de hábitos de socialização relacionados com a visualização de programas televisivos.

O questionário é composto por questões de resposta múltipla e de resposta aberta e tem uma duração aproximada de **15 minutos**. A **participação é voluntária** e pode ser interrompida a qualquer momento. **Os dados recolhidos no decorrer do estudo são completamente confidenciais, anónimos** e serão usados apenas para fins de pesquisa científica e de acordo com o RGPD de 2016/679, da União Europeia. Não serão recolhidos quaisquer tipo de dados pessoais como endereços de e-mail, endereços IP ou outros do género.

As respostas só ficarão registadas quando o participante submeter o questionário completamente preenchido, pelo que, se decidir interromper o preenchimento do questionário, as respostas que já tiver preenchido não serão registadas. Como participante, poderá revogar o consentimento inicial, ao não submeter as respostas. No entanto, uma vez submetidas não será possível remover a resposta, por não ser possível proceder à identificação das respostas. Os resultados deste estudo serão publicados em acesso aberto no âmbito da Dissertação e poderão ser usados noutras publicações e comunicações científicas.

Caso tenha dúvidas sobre o questionário, pode entrar em contacto através do seguinte endereço de email: a2022109778@campus.fcsh.unl.pt

* Indica uma pergunta obrigatória

Consentimento informado *

Declaro ter compreendido os objetivos e os procedimentos do presente estudo fornecido pela pessoa responsável, como também a possibilidade de interromper o estudo a qualquer momento.

Desta maneira, dou o meu consentimento para participar neste estudo e permito a utilização dos dados recolhidos de forma voluntária pela pessoa responsável pelo estudo, confiando que os mesmos serão utilizados apenas os fins declarados anteriormente e decorrendo com a garantia de anonimato dada pelos investigadores e colaboradores da investigação.

- ☐ Concordo
- ☐ Não concordo

1. Tem um ou mais programas de televisão favoritos? *

Considere séries, talkshows, programas de humor, programas informativos, entre outros como parte da questão.

- ☐ Sim
- ☐ Não

1. Sobre os seus programas de televisão favoritos

Considere as perguntas desta secção sobre um ou mais programas.

1.1. Quais são os seus programas de televisão favoritos? *

A sua resposta

1.2. Já viu algum desses programas mais do que uma vez? *

- ☐ Sim
- ☐ Não



1.3. Que emoções tem quando se lembra dos seus programas de televisão favoritos? *

E porque acha que se sente dessa maneira?

A sua resposta

1.4. Por que razões gosta dos programas? *

A sua resposta

1.5. Faz alguma coisa para manter os seus programas favoritos na sua memória? *

O que faz e porque acha que o faz?

A sua resposta

1.2. Já viu um dos seus programas favoritos mais do que uma vez

1.2.1. Depois de rever o programa, diria que a sua opinião sobre o mesmo mudou * ou continuou a mesma?

☐ Mudou

☐ Continuou a mesma

1.2.2. Surpreendeu-se com que se lembrava do mesmo ou a sua memória do programa foi fiel à realidade do mesmo? *

☐ Sim, surpreendi-me

☐ Não, a memória foi fiel ao programa

Televisão e memória

2. Qual é para si o programa mais memorável da televisão portuguesa? *

E porquê?

A sua resposta

3. Existe um ou mais programas de televisão que gostaria de ver novamente no ar? *

Independentemente de serem episódios novos ou repetidos.

☐ Sim

☐ Não

4. Quando acaba de ver um programa de televisão, sente-se triste por esse fim? *

☐ Sim

☐ Não

4. Sobre a tristeza devido ao fim de um programa de televisão

4.1. Faz alguma coisa para se manter ligado ao universo daquele programa? *

☐ Sim

☐ Não

Televisão e socialização

5. Costuma falar socialmente sobre os programas de televisão que vê? *

Com amigos, família, etc.

☐ Sim

☐ Não

6. Quando acaba de ver um programa ou um episódio, tem necessidade de falar ^{*} sobre o que viu ou prefere refletir sobre o conteúdo que viu?

- ☐ Necessita falar
- ☐ Necessita refletir
- ☐ Depende do conteúdo que acabou de ver

Televisão e socialização

Quando fala com outras pessoas sobre programas de televisão:

5.1. Sugere ou são-lhe sugeridos programas para ver? ^{*}

- ☐ Sim, dou e recebo sugestões
- ☐ Sim, recebo sugestões
- ☐ Sim, dou sugestões
- ☐ Não dou nem recebo sugestões

5.2. As conversas são online ou offline? ^{*}

- ☐ Online/na internet
- ☐ Offline/em pessoa

Televisão e hábitos



7. Costuma ver canais cuja programação consiste em conteúdo repetido ou emitido anteriormente? *

Canais como a RTP Memória, por exemplo.

☐ Sim

☐ Não

8. Que tipo de dispositivo usa para ver conteúdo televisivo? *

☐ Televisor

☐ Telemóvel

☐ Tablet

☐ Computador

☐ Outra: _____

9. Subscreve algum serviço de streaming? *

☐ Sim

☐ Não

☐ De momento, não

10. Qual é a sua idade? *

A sua resposta _____

Chegou ao fim do questionário.

Muito obrigado pela colaboração!



Apêndice B: Respostas ao Questionário

Resposta número	Consentimento informado	1. Tem um ou mais programas de televisão favoritos?	1.1. Quais são os seus programas de televisão favoritos?	1.2. Já viu algum desses programas mais do que uma vez?
1	Concordo	Sim	Anne With an E THIS is US The Voice	Sim
2	Concordo	Sim	Friends, Modern Family, How to get away with murder, RuPaul's Drag Race,	Sim
3	Concordo	Sim	Dark! Chernobyl!	Sim
4	Concordo	Sim	Yes prime minister	Sim
5	Concordo	Sim	Séries	Sim
6	Concordo	Não		
7	Concordo	Sim	Taskmaster	Sim
8	Concordo	Sim	Breaking Bad e Sopranos	Não
9	Concordo	Não		

10	Concordo	Não		
11	Concordo	Sim	Morangos com açúcar, o mentalista, mentes criminosas	Sim
12	Concordo	Sim	Taskmaster, game of Thrones, the Office, telejornal, joker, ídolos, jogos sem fronteiras	Sim
13	Concordo	Sim	Informativos, documentários,sitcom	Sim
14	Concordo	Sim	Series	Sim
15	Concordo	Sim	CSI e Preço certo	Sim
16	Concordo	Sim	Friends, Último a sair, festival da Eurovisão	Sim
17	Concordo	Sim	Séries (Angel, Doctor Who, Psych, House, The Boys); Documentários (Life of our Planet, National Geographic, Prehistoric Planet); Gato Fedorento.	Sim
18	Concordo	Sim	Gossip girl / You / Friends / In the middle / The Summer I Turned Pretty...	Sim
19	Concordo	Sim	Séries de ficção científica, fantasia, drama	Sim
20	Concordo	Sim	Alta Defenição - Hells Kitchen	Sim
21	Concordo	Sim	Taskmaster e traidores	Sim
22	Concordo	Sim	Downton Abbey, Fleabag, Mom, One Tree Hill, Sons of Anarchy, Ted Lasso, The Nanny	Sim
23	Concordo	Não		

24	Concordo	Sim	Good omens, pushing daisies, our flag means death, black sails , severance, community, orphan black, inside no9, wwdits	Sim
25	Concordo	Sim	greys anatomy	Não
26	Concordo	Sim	Taskmaster, series de tv: this is us, atlanta, gossip girl.	Sim
27	Concordo	Não		
28	Concordo	Sim	supernatural, doctor who, Anne with an E, Fullmetal Alchemist Brotherhood, IT crowd, csi, csi new work, our flag means death, what we so in the shadows, Steven universe e mais	Sim
29	Concordo	Não		
30	Concordo	Sim	Arcane, Vox Machina, The closer, Taskmaster, 911	Não
31	Concordo	Sim	our flag means death, good omens, anne with an e, what we do in the shadows	Sim
32	Concordo	Sim	Natureza	Sim
33	Concordo	Não		
34	Concordo	Sim	Taskmaster (pt), Good Omens, Our Flag Means Death	Sim
35	Concordo	Sim	Taskmaster, Insecure, Our Flag Means Death, Sex and the City, Brooklyn Nine Nine	Sim
36	Concordo	Sim	Sherlock Holmes (versão Jeremy Brett); Brideshead Revisited; Twin Peaks; O Polvo	Sim

37	Concordo	Sim	Supernatural; Buffy, a caçadora de vampiros; Angel; Firefly; The Legend of Vox Machina; Star Wars Rebels.	Sim
38	Concordo	Sim	Residencial Tejo, 3 Mulheres, Glória, Ordem Moral, Conta me como foi	Sim
39	Concordo	Sim	Foi Assim que Aconteceu, Família Moderna.	Sim
40	Concordo	Sim	The voice	Sim
41	Concordo	Sim	Taskmaster/Isto é gozar com quem trabalha/A máscara/O último a sair	Sim
42	Concordo	Não		
43	Concordo	Sim	telenovelas brasileiras, séries nacionais e dubladas em português, programas musicais de auditório onde os músicos tocam ao vivo...	Sim
44	Concordo	Sim	Alta Definição; Querido mudei a casa	Sim
45	Concordo	Sim	Documentários	Sim
46	Concordo	Sim	Simpsons, friends	Sim
47	Concordo	Sim	Séries	Sim
48	Concordo	Sim	Steven Universe, Adventure Time, The Owl House	Sim
49	Concordo	Sim	Warehouse 13 / Gravity Falls / Over the Garden Wall	Sim

50	Concordo	Não		
51	Concordo	Não		
52	Concordo	Sim	Pôr do Sol, Taskmaster, Festa é Festa	Sim
53	Concordo	Sim	Startrek, crime disse ela, Miraculous ladybug	Sim
54	Concordo	Sim	series: star trek, house md, sherlock	Sim
55	Concordo	Sim	The closer	Sim
56	Concordo	Sim	Isto é gozar com quem trabalha, festa é festa, remédio Santo, Floribella ,a máscara , inspetor max	Sim
57	Concordo	Sim	Cold Case, Mr. Poirot	Sim
58	Concordo	Não		
59	Concordo	Não		
60	Concordo	Sim	Good omens, sweet tooth, resident alien	Sim
61	Concordo	Não		
62	Concordo	Não		
63	Concordo	Sim	You're the Worst, Frasier, Swingtown, Our Flag Means Death, Taskmaster UK.	Sim

64	Concordo	Sim	O Mentalista	Sim
65	Concordo	Sim	The OC, New Girl, The Bold Type	Sim
66	Concordo	Não		
67	Concordo	Sim	Friends, Fringe, Até que a vida nos separe.	Sim
68	Concordo	Sim	The Big Bang Theory, New Girl, Mindy Project	Sim
69	Concordo	Sim	Gilmore Girls, Revenge, lessons in chemistry, Gilded Age, the morning show	Sim
70	Concordo	Sim	Game of Thrones, Breaking Bad, Sons of Anarchy, stranger Things, The Boys...	Sim
71	Concordo	Sim	Joker, Conta-me como foi, Game of Thrones, Stranger Things, Vikings, The Boys, Sons of Anarchy...	Sim
72	Concordo	Sim	Futuram, Simpsons, Family Guy, South Park e American Dad	Sim
73	Concordo	Sim	Morangos com acucar	Sim
74	Concordo	Sim	Pôr do Sol	Sim
75	Concordo	Sim	Séries	Sim
76	Concordo	Sim	Filmes	Sim
77	Concordo	Sim	American Dad, Invincible, rick and morty, the walking dead	Sim

78	Concordo	Sim	Joker, taskmaster	Não
79	Concordo	Sim	Joker	Sim
80	Concordo	Sim	Séries de crime e mistério e sitcoms	Sim
81	Concordo	Sim	Taskmaster	Não
82	Concordo	Sim	Morning show , white lotus, Alice in borderland ...	Não
83	Concordo	Sim	Filmes	Sim
84	Concordo	Sim	malcolm in the middle (a vida é injusta) Girl from nowhere house mentes criminosas	Sim
85	Concordo	Não		
86	Concordo	Não		

Resposta número	1.3. Que emoções tem quando se lembra dos seus programas de televisão favoritos?	1.4. Por que razões gosta dos programas?	1.5. Faz alguma coisa para manter os seus programas favoritos na sua memória?
1	Conforto e memória daquilo que estava a sentir na altura em que os vi, acontecimentos, reflexões	Pela sensibilidade, são completamente diferentes, mas principalmente, porque me	Sinto que as coisas que vejo e que gosto, têm muita influência em mim e naquilo que eu vejo na vida, logo

		fazem chegar a algum lado que eu não consigo chegar sozinha	associo à forma como levo a vida, ficam sempre na minha memória, certas frases, imagens ou mesmo sons
2	Felicidade, nostalgia, inclusão	Pelo drama	Sigo páginas de memes relacionados com as séries
3	In absolute awe. A cinematografia é incrível, e o plot do dark dá muito que pensar	Por fugirem à fórmula de Hollywood. Transmitem emoções, não são forçados nem superficiais	Gostei tanto que fiz questão de ver pelo menos três vezes.
4	Diversao	Humor ingles	Nao
5	Nostalgia, entusiasmo	São divertidos	Falo sobre eles e vejo conteúdo digital sobre eles
6			
7	Diversão pura e simples que alivia das notícias do telejornal	É bom entretenimento	Rever os melhores momentos nas redes sociais
8	Felicidade. Ver um filme, goste-se ou não do filme escolhido, é mais fácil do que ver uma série. Uma série possui várias temporadas e, por isso, muito mais tempo ao qual o espectador tem de se dedicar, bem mais uma maior margem de "erro", no sentido em que tem de conseguir elevar o seu patamar de qualidade para que o espectador não desista de ver a série. Por isso, lembrar-me das séries que gostei faz lembrar-me do bom tempo que gastei a vê-las e a companhia que foram para mim, numa determinada altura da minha vida.	Tanto Breaking Bad, como Sopranos, são séries que aprofundam variados temas, bem mais temas do que aqueles que pensamos à primeira vista. Começam com um lado mais ou menos cómico e com os seus enredos específicos, mas revelam-se séries mais complexas do que isso, com os temas da família, da amizade, do amor, da fraqueza do ser humano, etc. Possuem personagens humorísticas, mas também sérias; uma	Nunca revi séries, nomeadamente pelo tempo que demoraria a fazê-lo. Talvez, quando passarem mais anos, o faça um dia para poder recordá-las.

		cinematografia de excelente qualidade; e reflexões que me vão acompanhar, enquanto espectadora, para sempre.	
9			
10			
11	Nostalgia, porque quando os vi pela primeira vez era mais nova	Tem suspense e jovem	Vejo várias vezes
12	Alegria, nostalgia. Porque trazem boas memórias de momentos felizes	Alguns pelo nível de entretenimento outros pela ligação emocional	Revejo na totalidade ou partes online.
13	Conforto, alegria	Porque me identifico, me reconheço	Revejo com regularidade
14	Desligar do mundo e stress	Entretenimento	Não, alguns apenas ficam
15	Alegria e nostalgia	Preço certo por ser divertido e capacidade de entreter. CSI por gostar de policiais e mistério	Ver episódios repetidos. Por serem ambos programas com muitos anos acompanharam diferentes fases da minha vida
16	Nostalgia, alegria, humor	Por me fazerem rir e no caso do festival da Eurovisão por toda a envolvência cultural e por serem pioneiros no espetáculo audiovisual	Revejo alguns trechos através de outras plataformas (internet por exemplo)

17	Depende 🌈 felicidade, frustração, infelicidade, saudades, espanto	Gosto do universo que constroem; gosto da forma como me informam	Revejo-os
18	Felicidade, porque passei bons momentos a assistir a esses programas. Nostalgia, porque gostava de os ver novamente pela primeira vez	Porque me distraiem. Não têm violência. Têm romance e momentos de comédia.	Não
19	Saudade, talvez. Porque gostava de voltar a ver pela primeira vez, sem saber o que vai acontecer.	Porque fazem com que não pense na vida real.	Não. Por vezes lembro-me, mas porque vi algo ou aconteceu algo que me fez lembrar.
20	Simpatia- empatia- admiração	Servem de distração	Não
21	Alegria	São programas divertidos.	Não
22	Depende muito da série, mas a maioria das minhas favoritas é capaz de deixar-me com um sorriso nos lábios e uma espécie de fuzzy feeling. Nostalgia também é um sentimento comum. Tudo aquilo de que gosto mexe comigo.	Fazem-me sentir uma ligação à história, aos personagens. Têm bons elencos. São séries que não consegui parar de ver.	Às vezes gosto de ver vídeos antigos dessas séries no YouTube e/ou vídeos dos elencos. Falo sobre eles com a família, amigos. É sempre agradável recordar.
23			
24	Depende dos programas, quem são de géneros diferentes. Entusiasmo, e vontade de rever pelo menos parte do programa	Qualidade das histórias, personagens e performances, boa estilização e imagem, ou que usam conceitos interessantes ou diferentes	Revejo, as vezes escrevo fic ou faço fanart, falo dos programas com outras pessoas quer com amigos como em comunidades online
25	despertar de emoções	gosto de ver séries sobre medicina	não

26	alegria, nostalgia, tranquilidade	O taskmaster é um momento de descontração, que me faz rir. As séries servem para transportar para outras realidades.	não faço nada.
27			
28	entusiasmo, conforto, familiaridade. Gosto de repetir programas porque gosto de me lembrar dos acontecimentos e de reviver as experiências das personagens e porque me dá conforto ver algo que já conheço e potencialmente sei de cor (provavelmente porque sou autista).	Porque me revejo neles de alguma maneira e porque aprecio a construção narrativa e visual dos mesmos. E porque me fazem rir e sentir. E às vezes chorar. E aprender sobre estilos de vida diferentes.	Rever e interagir com os fandoms online. Se for o preferido do momento, pôr no fundo do telemóvel. Sigo os fandoms online porque sabe bem participar numa comunidade que aprecia o mesmo objeto que eu e partilha opiniões sobre o mesmo, gosto de explorar os pontos de vista diferentes ou validar o meu. Também para ver fanart, sendo que sou artista.
29			
30	Feliz, expectante por um novo episódio, É um dos poucos momentos em que convivo com a minha família, debatendo o que aconteceu e adivinhando o que acontecerá a seguir	acho porque contam boas histórias	não
31	as minhas séries favoritas motivam-me no dia-a-dia, fazem-me sentir seguro e confortável, sei que tenho sempre a companhia das minhas personagens favoritas mesmo que o dia corra mal. sou autista, e as minhas séries favoritas geralmente correspondem aos meus interesses especiais, que são uma grande	Todas as séries que enumerei têm representação lgbt, que é algo muito importante para mim, sendo eu uma pessoa trans e queer. Todas têm personagens complexas e dimensionais, com quem eu me	Desenho as minhas personagens favoritas, compro prints de artistas nacionais que retratam estas personagens, pesquiso sobre teorias das series, etc. Penso que faço isto tudo porque cresci com toda a gente a insinuar que os meus gostos eram estranhos ou

	parte da pessoa que sou. cada peça de media que me toca, deixa uma grande marca em quem eu sou e como encaro a minha vida.	consigo identificar de uma maneira ou de outra. Todas têm plots profundos e tocam em assuntos nos quais muita gente tem medo de tocar.	inferiores, e hoje em dia quero rodear-me das coisas que me fazem feliz para me relembrar de quem eu sou.
32	Alegria ou tristeza	Serem autenticos	Não
33			
34	Feliz porque me fazem rir. Fazem-me sentir bem representada na media e, apesar de alguns também me fazerem chorar e sentir-me triste, essa tristeza acaba por criar uma forte conexão empática com os personagens/história.	Sentido de humor, criatividade, diversidade e bom argumento.	Consumo conteúdo relacionado com os meus programas favoritos nas redes sociais tal como tiktok, Instagram e Twitter. Acho que o faço porque gosto de reviver as emoções que sinto ao ver os programas e também estar integrada com outras pessoas que também gostas dos mesmos programas que eu.
35	Alegria e entusiasmo, porque são histórias que me envolveram muito e porque geralmente fico entusiasmada de os poder partilhar com pessoas.	São histórias ou fonte de entretenimento intemporal que vão ao encontro da minha personalidade.	De vez em quando revejo um episódio solto , ou todas as temporadas de seguida, por conforto.
36	É um regresso "a casa", a uma altura em que toda a gente via a mesma coisa e comentava na escola, no dia seguinte.	Talvez isso de comentarmos todos no dia seguinte contribuísse para gostar. Talvez fosse uma época em que as histórias eram bem contadas.	Nalguns casos, li os livros que as originaram, noutras revi as séries.
37	Felicidade. Porque é algo que gosto de ver.	Porque gosto da história que eles contam.	Voltar a vê-los para não me esquecer da história.

38	o primeiro foi visto como a minha família quando a minha filha era pequena e todos se divertiam era um serão bem passado, todos ansiávamos os próximos episódios era uma gargalhada.	porque são portugueses	Falamos muito sobre o que vimos no passado e no presente
39	Felicidade.	São engraçados, dá para ver vários episódios numa hora.	Usar frases das séries no meu dia a dia.
40	Entusiasmo, diversão, pela qualidade e descontração que transmite	Cultura, música e bom ambiente.	Canto, porque gosto
41	Nostalgia, porque antigamente assistia a mais televisão, não propriamente pela qualidade dos programas mas porque tinha mais o hábito de ver televisão, então quando me lembro ou quando alguns programas voltam a passar sinto-me nostálgica.	São engraçados ou informativos.	Por vezes vou rever alguns clips específicos de programas na internet. Ou para mostrar a alguém ou para me relembrar de algo que achei engraçado.
42			
43	Muitos desses programas, em especial telenovelas, transportam-me, muitas vezes, para culturas e locais que eu gostaria de visitar. Dou como exemplo a telenovela brasileira "O Clone", que girava em torno da cultura muçulmana e Pantanal, que se passava num dos locais mais alucinantes do Brasil: ouvir os sons daquelas aves aguça a vontade de ali estar, de ouvir aqueles cantos "in loco". Já no que diz respeito aos concertos musicais ao vivo, sou suspeita, uma vez que a música é uma das minhas grandes paixões. Ouvir os instrumentos e vozes sem filtros de estúdio, em particular se a interpretação for bem feita, é, simplesmente, arrepiante!	No que aos programas musicais ao vivo diz respeito, é fácil: a música está no meu ADN, não vivo sem ela. Daí o meu fascínio por este tipo de programas. Quanto às telenovelas, não sei... talvez porque alguns familiares meus viveram no Brasil, partilharam comigo a cultura e hábitos... desde criança que eu tenho um sonho nada secreto de ir ao Brasil. :)	Revejo alguns, em particular aqueles que, de alguma forma, me marcaram enquanto pessoa. Acho que já vi as novelas "Roque Santeiro" e "Tieta" umas 4 vezes! :) Lembram muito a minha infância... os tempos em que eu era feliz e não sabia!

44	Muitas emoções porque são programas que permitem a partilha de histórias reais.	Exatamente porque partilham histórias reais sempre com a tônica do bem dando esperança.	Como perduram há anos mantenho a rotina de os ver.
45	Boa disposição porque são interessantes	Porque são interessantes	Não
46	Nostálgica. Porque foi bom	Entretenimento	Não sei
47	Alegria. Porque são momentos descontraídos.	Pela história que envolve a temporada.	Leio sobre a série em fóruns e outras páginas, porque algumas já foram exibidas nos EUA e gosto de saber se houve alterações.
48	É um grande sentimento de nostalgia devido a serem programas que eu vejo desde pequenina (à exceção de the owl house), causa me imensa felicidade ao vê-los, mas também uma ligeira melancolia	Trazem-me imenso conforto, eu tenho um grande interesse em desenhos animados então acho muito interessante tanto a parte técnica como as temáticas desses desenhos animados, então acho que é uma das razões pelas quais tenho um grande apego por eles	Revejo-os, oiço as músicas, desenho os personagens, faço-o porque me dá felicidade e é como se fosse um abraço quentinho sempre que revejo
49	Nostalgia e uma sensação de calma porque são séries que me acompanharam por momentos difíceis	A história	Ser obcecado e comprar memorabilia
50			
51			

52	Alegria, são programas de teor cómico	Porque me distraem do meu dia-a-dia habitual	Não preciso, tenho boa memória
53	Conforto (por saber como vai acabar e por poder não estar a prestar atenção total ou ir e vir sem perder nada), nostalgia	Porque permitem evitar emoções negativas ou senti-las de forma controlada	Não
54	aconnchegantes - as memórias de como me senti	sao séris com final feliz	sigo conteúdo online ou revejo os episódios
55	Conforto, faz-me relaxar	Distraem e relaxam	Nada
56	Felicidade, nostalgia para os mais antigos	Recentes: acho engraçado, antigos: era os que achava interessante quando criança	Pouca coisa, tenho as músicas da Floribella no telemóvel
57	Nostalgia.	Traz conforto.	Tento rever novamente.
58			
59			
60	Sinto-me relaxada, normalmente. Provavelmente porquesó vejo televisão quando tenho algum tempo livre	Personagens interessantes e história linear	Falo acerca dos programas com amigo, com alguma esperança que eles também os queiram ver
61			
62			

63	Alegria, porque são maioritariamente comédias e nostalgia, porque alguns vi pela primeira vez ainda adolescente.	Pelo humor e pelas abordagens aos assuntos tratados.	Revejo-os periodicamente.
64	Nostalgia, felicidade - porque me faz lembrar da pessoa com quem eu via/vejo o programa	Porque contam histórias	Não, isso ocorre naturalmente
65	Boas - nostalgia, sentido de amizade/ligação com os personagens	São engraçados, fazem rir ou evocam emoções reais	Não
66			
67	Felicidade, nostalgia e tristeza.	Abordam ligações fortes entre pessoas. Proporciona momentos de comédia outras de experiências científicas fascinantes.	Revejo os mesmos. Porque me trazem memórias associados ao tempo em que os via.
68	Felicidade e nostalgia	São divertidos e fazem-me rir	Não
69	Alegria e conforto. Porque utilizo esses programas como um escape para a vida do quotidiano.	São atrativos, com histórias inspiradoras ou com factos históricos que são do meu interesse conhecer.	N/a
70	Nostalgia porque as séries fazem-nos sentir várias emoções	Pela história, e emoções que nos provocam	De vez em quando gosto de rever. Gosto de colecionar peças, objectos, arte ligada aos meus programas favoritos para os manter mais perto
71	Alegria, tristeza, algum "suspense". Talvez por fazer lembrar momentos da vida.	Essencialmente pela temática.	Não faço muita coisa para os manter na memória, mas pelo simples facto de ter algum objeto relacionado com

			o programa ou falar dele algumas vezes ajuda a não o esquecer.
72	Alegria e nostalgia, por terem feito parte da minha adolescência.	Devido ao teor humorístico.	Tento rever episódios que me marcaram, devido ao sentimento feel good das piadas.
73	Felicidade	Relembrar os velhos tempos (adolescência)	Relembrar personagens/musicas
74	Diversão.	Engraçado	Muitas refências engraçadas
75	Alegria	Para passar momentos de descontração.	Nao
76	Descontrair	Aliviar o stress	Não
77	Conforto	São engraçados, e deixam me bastante entretido	Não
78	Calma	Componente de aprendizagem e outro de humor.	Não faço.
79	Distração	Pela cultura	Não
80	Alegria, pois vou ser "entretida".	Gosto de descobrir de quem é a culpa e gosto de piadas inteligentes.	Não
81	Felicidade	Interação Dis concorrentes com os apresentadores	Não

82	Relaxamento e satisfação	Entretenimento e bom argumento	Nem por isso
83	Satisfação	Distracção	Memória
84	nostalgia, porque ou são coisas que via quando era criança então automaticamente lembra me dessa experiencia ou da primeira vez que os vi as experiencia tbm foi boa	não há razão especifica the heart wants what the heart wants e normalmente é coisas que vi pela primeira vez quando era criança ou que vi pela primeira vez com amigos ent tem boas memorias conectadas	não, eles são os favoritos mesmo porque ficam na memoria e lmebro me deles randomly quando preciso de ver alguma coisa familiar
85			
86			

Resposta número	1.2.1. Depois de rever o programa, diria que a sua opinião sobre o mesmo mudou ou continuou a mesma?	1.2.2. Surpreendeu-se com que se lembrava do mesmo ou a sua memória do programa foi fiel à realidade do mesmo?	2. Qual é para si o programa mais memorável da televisão portuguesa?
1	Continuou a mesma	Sim, surpreendi-me	Conta-me como foi
2	Continuou a mesma	Sim, surpreendi-me	Conta me como foi

3	Continuou a mesma	Sim, surpreendi-me	O tal canal
4	Continuou a mesma	Não, a memória foi fiel ao programa	O tal canal. Início de uma era de comédia portuguesa
5	Continuou a mesma	Não, a memória foi fiel ao programa	Herman enciclopédia
6			Sem dúvida , o Preço Certo. Cresci com a minha avó a ver esse programa e acho que muitos portugueses da geração dos meus pais têm o hábito de ver antes do telejornal.
7	Continuou a mesma	Sim, surpreendi-me	Jogos sem fronteiras
8			Conta-me como foi, pelo seu significado histórico. Não acho que seja uma série de grande qualidade, todavia penso ter sido um programa que acompanhou os portugueses, aquando a sua estreia até à parte do 25 de Abril, pela curiosidade dos mais novos saberem como foi viver o tempo dos nossos avós, o tempo do fascismo, bem como a vontade dos espectadores mais velhos revisitarem o passado e terem a sua vez de contar as suas histórias às gerações mais novas.
9			Não tenho
10			Herman Enciclopédia. É quase impossível não encontrar alguém que não se lembre de pelo menos 1 ou 2 personagens e que não as consiga imitar.
11	Continuou a mesma	Não, a memória foi fiel ao programa	Morangos com açúcar porque foi a minha infância/juventude quase toda
12	Continuou a mesma	Sim, surpreendi-me	A primeira edição do big brother. Recordo me de vários momentos e existem frases que ainda hoje digo.
13	Continuou a mesma	Sim, surpreendi-me	Jogos sem fronteiras. Um programa de família

14	Mudou	Sim, surpreendi-me	Formiga Ferdy, não tenho a certeza se escreve assim mas eram os meus desenhos animados favoritos em criança.
15	Continuou a mesma	Sim, surpreendi-me	Por do sol porque brinca com o estereótipo das novelas que tanto acompanharam o meu crescimento
16	Continuou a mesma	Não, a memória foi fiel ao programa	"Último a sair", por ser uma sátira genial aos reality shows da altura e por nunca se ter feito nada assim em Portugal
17	Continuou a mesma	Não, a memória foi fiel ao programa	Hora H
18	Continuou a mesma	Não, a memória foi fiel ao programa	Morangos com açúcar. Marcaram a minha infância/adolescência
19	Continuou a mesma	Não, a memória foi fiel ao programa	Conta-me Como Foi, porque durou bastantes anos e aborda temas importantes da nossa história.
20	Continuou a mesma	Não, a memória foi fiel ao programa	Big Show Sic
21	Continuou a mesma	Não, a memória foi fiel ao programa	Taskmaster
22	Continuou a mesma	Não, a memória foi fiel ao programa	Conta-me Como Foi. Foi uma série que vi muitas vezes em família e é uma série também sobre uma família. Apesar de ser sobre uma época que não vivi, a ditadura é parte da nossa História, é algo que os meus pais e os meus avós viveram. Fez-me imaginar-me naquela situação. E há uma cena, se bem me recordo, em que o rapaz da família vai para a guerra. Imaginei-me a ter de me despedir do meu irmão numa situação idêntica. E aquele elenco infantil é o máximo! Os putos eram mesmo asneirentos de uma forma inocente e engraçada.
23			Morangos com açúcar

24	Mudou	Não, a memória foi fiel ao programa	(Laura perdeste me aqui rip) Não costumo ver, morangos com açúcar? Era muito popular quando estava a crescer e andam a falar disso de novo
25			1,2,3
26	Continuou a mesma	Sim, surpreendi-me	O ultimo a sair. Acho que foi um programa excecional, pela forma como foi feito, pelo conteúdo.
27			Herman enciclopédia
28	Mudou	Não, a memória foi fiel ao programa	acordei à pouco tempo, não me lembro bem, desculpa lá. os meus amigos disseram talvez morangos com açúcar ou a ilha das cores? eu gosto bué de ver taskmaster!!
29			Pôr do Sol
30			Preço Certo
31	Continuou a mesma	Sim, surpreendi-me	Não costumo ver nada que seja português, oops
32	Continuou a mesma	Não, a memória foi fiel ao programa	1 2 3 n
33			Preço Certo, lembro-me passar pela televisão e ver os pais/avos a ver isso. E o "ESPETÁCULO" memorável
34	Continuou a mesma	Não, a memória foi fiel ao programa	Taskmaster. Há muito tempo que um programa na televisão portuguesa reunia famílias juntas para o ver, toda a gente no programa é extremamente carismático e é muito divertido de assistir.
35	Continuou a mesma	Não, a memória foi fiel ao programa	Jogos Sem Fronteiras, pela escala e imaginação envolvida, e por nos fazer torcer fortemente pelo nosso país num ambiente descontraído e "Low stakes".

36	Continuou a mesma	Não, a memória foi fiel ao programa	Clube Amigos Disney! Porque eu via sempre (há outros, os do Herman, por exemplo, mas este é o primeiro de que me lembro de adorar.)
37	Continuou a mesma	Não, a memória foi fiel ao programa	Jogos sem fronteiras. Porque nunca mais houve um programa igual.
38	Continuou a mesma	Não, a memória foi fiel ao programa	Ordem Moral, por se basear numa história verídica
39	Continuou a mesma	Não, a memória foi fiel ao programa	Pôr do Sol, a série teve uma recepção enorme e com tantos programas que já davam, este parecia um "breath of fresh air".
40	Continuou a mesma	Não, a memória foi fiel ao programa	Batatoon, porque era um verdadeiro êxito multifacetado. Desde que desapareceu, há um gap quanto à programação infantil na televisão.
41	Continuou a mesma	Não, a memória foi fiel ao programa	A ilha das cores, porque via muito quando era mais pequena e é o que tenho mais memórias. E o último a sair porque acho que vai ser sempre bom por mais tempo que passe.
42			Herman Enciclopédia
43	Continuou a mesma	Sim, surpreendi-me	"Jogos sem fronteiras", sem dúvida! Na altura, vivia com os meus pais e a minha irmã. Deitávamo-nos os quatro no sofá da sala, uns em cima dos outros, só para torcer por Portugal. Tenho muito viva essa feliz e inesquecível memória familiar.
44	Continuou a mesma	Sim, surpreendi-me	Para mim Alta Definição.
45	Continuou a mesma	Não, a memória foi fiel ao programa	A bota botilde. Porque era um momento de reunião familiar.
46	Continuou a mesma	Sim, surpreendi-me	Difícil ahah

47	Continuou a mesma	Não, a memória foi fiel ao programa	Preço certo.
48	Mudou	Não, a memória foi fiel ao programa	Por alguma razão é aquela novela dos Jardins Proibidos, era uma novela que via com a minha mãe e irmã todas as semanas quando era pequena
49	Continuou a mesma	Não, a memória foi fiel ao programa	Dá-lhe Gás
50			Talkshow Bruno Nogueira/ último a sair/ secret story
51			"O Tal Canal". Além de marcar uma geração, continha humor inteligente, com atores de excelência.
52	Continuou a mesma	Não, a memória foi fiel ao programa	Para mim, Jogos Sem Fronteiras
53	Mudou	Sim, surpreendi-me	Depende da geração...
54	Mudou	Não, a memória foi fiel ao programa	o preço certo?
55	Mudou	Não, a memória foi fiel ao programa	Não tenho opinião, são todos muito maus
56	Continuou a mesma	Sim, surpreendi-me	Inspetor max, pela nostalgia no meu caso e por ser facilmente reconhecido por várias pessoas
57	Continuou a mesma	Sim, surpreendi-me	Preço Certo, um dos programas que sempre acompanhou a infância.
58			Tal Canal
59			O Big Show Sic, por causa da personalidade do João Baião e da mascote.
60	Continuou a mesma	Não, a memória foi fiel ao programa	Big show SIC, um pouco velho, mas tenho boas memórias do programa

61			Qualquer jornal das 13h/20h. Tecnicamente, nunca terão final, devido à sua natureza, mas não consigo pensar num outro programa que acompanhe tão bem o dia-a-dia de qualquer português.
62			Infelizmente, as notícias da CMTV. Os meus familiares mais velhos insistem em ver, e, para desespero meu, as notícias sensacionalistas ficam sempre presas na minha mente.
63	Mudou	Não, a memória foi fiel ao programa	Não acho que ainda seja relevante, mas como alguém que nunca viu muita televisão portuguesa apesar de ver imensa televisão, talvez o momento mais marcante foi a morte do Dino nos Morangos com Açúcar. Em termos de um momento que me lembro de todos terem visto na altura, é o único que me ocorre.
64	Mudou	Sim, surpreendi-me	Pôr do Sol, porque é meta e inesperado
65	Continuou a mesma	Não, a memória foi fiel ao programa	Operação Triunfo - via em criança com a minha mãe
66			Preço Certo, devido ao apresentador e à participação dos cidadãos no programa que o tornaram icónico.
67	Continuou a mesma	Sim, surpreendi-me	A Casa Do Cais
68	Continuou a mesma	Sim, surpreendi-me	Ídolos
69	Mudou	Sim, surpreendi-me	Chuva de estrelas ou o dança com as estrelas. São programas que ficam na memória não só auditiva mas visual e que marcam uma geração.
70	Continuou a mesma	Não, a memória foi fiel ao programa	O Herman Enciclopédia pois acho que marcou a história do Humor em português

71	Continuou a mesma	Sim, surpreendi-me	Um, dois, três. Por ser criança na altura e ver sempre o programa, as cores usadas nos cenários, não muito usual para a altura, a mascote do programa e pela felicidade transmitida pelos concorrentes quando ganhavam o carro.
72	Mudou	Não, a memória foi fiel ao programa	Zé Carlos, devido à originalidade e irreverência.
73	Continuou a mesma	Sim, surpreendi-me	Preço certo. Porque jantar sem ver preço certo não é jantar
74	Continuou a mesma	Não, a memória foi fiel ao programa	Conta-me Como Foi
75	Continuou a mesma	Não, a memória foi fiel ao programa	Herman José.
76	Continuou a mesma	Sim, surpreendi-me	Taskmaster, divertido
77	Continuou a mesma	Sim, surpreendi-me	Batatoon
78			Lembro-me do quem quer ser milionário
79	Continuou a mesma	Não, a memória foi fiel ao programa	Jogos sem fronteiras Porque era um programa familiar
80	Continuou a mesma	Não, a memória foi fiel ao programa	O Tal Canal, o primeiro programa de humor inteligente.
81			1, 2, 3
82			Tal canal

83	Mudou	Sim, surpreendi-me	Sexta às 9 porque expôs o que nos querem esconder
84	Continuou a mesma	Não, a memória foi fiel ao programa	o preço certo os meus avós veem desde que eu nasci não há como escapar
85			Morangos com Açúcar. Foi a série mais duradoura com a qual cresci, mesmo só ter acompanhado assiduamente as primeiras 3 temporadas.
86			O tal canal de Herman José pois era muito à frente.

Resposta número	3. Existe um ou mais programas de televisão que gostaria de ver novamente no ar?	4. Quando acaba de ver um programa de televisão, sente-se triste por esse fim?	4.1. Faz alguma coisa para se manter ligado ao universo daquele programa?	5. Costuma falar socialmente sobre os programas de televisão que vê?	5.1. Sugere ou são-lhe sugeridos programas para ver?	5.2. As conversas são online ou offline?
1	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim, dou e recebo sugestões	Offline/em pessoa
2	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim, dou e recebo sugestões	Online/na internet, Offline/em pessoa
3	Sim	Sim	Não	Sim	Sim, dou e recebo sugestões	Online/na internet, Offline/em pessoa
4	Não	Não		Sim	Sim, dou e recebo sugestões	Offline/em pessoa

5	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim, dou e recebo sugestões	Online/na internet, Offline/em pessoa
6	Não	Não		Não		
7	Sim	Sim	Não	Sim	Sim, dou e recebo sugestões	Online/na internet, Offline/em pessoa
8	Não	Sim	Não	Sim	Sim, dou e recebo sugestões	Offline/em pessoa
9	Não	Não		Não		
10	Sim	Sim	Não	Sim	Sim, dou e recebo sugestões	Offline/em pessoa
11	Não	Sim	Sim	Sim	Sim, dou e recebo sugestões	Online/na internet, Offline/em pessoa
12	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim, dou e recebo sugestões	Online/na internet, Offline/em pessoa
13	Sim	Não		Sim	Sim, dou e recebo sugestões	Offline/em pessoa
14	Sim	Sim	Não	Sim	Sim, dou e recebo sugestões	Online/na internet, Offline/em pessoa
15	Sim	Não		Sim	Sim, dou e recebo sugestões	Online/na internet, Offline/em pessoa
16	Sim	Não		Sim	Sim, dou e recebo sugestões	Offline/em pessoa
17	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim, dou e recebo sugestões	Online/na internet, Offline/em pessoa
18	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim, recebo sugestões	Offline/em pessoa

19	Sim	Não		Sim	Sim, dou e recebo sugestões	Online/na internet, Offline/em pessoa
20	Sim	Não		Sim	Sim, dou e recebo sugestões	Offline/em pessoa
21	Sim	Não		Sim	Sim, dou e recebo sugestões	Online/na internet
22	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim, dou e recebo sugestões	Online/na internet, Offline/em pessoa
23	Sim	Não		Não		
24	Sim	Não		Sim	Sim, dou e recebo sugestões	Online/na internet, Offline/em pessoa
25	Não	Não		Sim	Sim, dou e recebo sugestões	Online/na internet, Offline/em pessoa
26	Sim	Sim	Não	Sim	Sim, dou e recebo sugestões	Online/na internet, Offline/em pessoa
27	Não	Não		Sim	Sim, dou e recebo sugestões	Online/na internet, Offline/em pessoa
28	Sim	Não		Sim	Sim, dou e recebo sugestões	Offline/em pessoa
29	Não	Não		Sim	Sim, dou sugestões	Online/na internet
30	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim, dou e recebo sugestões	Online/na internet, Offline/em pessoa
31	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim, dou e recebo sugestões	Online/na internet, Offline/em pessoa
32	Sim	Não		Não		

33	Sim	Não		Não		
34	Sim	Sim	Não	Sim	Sim, dou sugestões	Online/na internet, Offline/em pessoa
35	Sim	Não		Sim	Sim, dou e recebo sugestões	Online/na internet, Offline/em pessoa
36	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim, dou e recebo sugestões	Offline/em pessoa
37	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim, dou e recebo sugestões	Online/na internet, Offline/em pessoa
38	Sim	Não		Sim	Sim, dou e recebo sugestões	Offline/em pessoa
39	Não	Não		Não		
40	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim, dou e recebo sugestões	Online/na internet, Offline/em pessoa
41	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim, dou e recebo sugestões	Online/na internet, Offline/em pessoa
42	Sim	Não		Sim	Sim, dou e recebo sugestões	Online/na internet
43	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim, dou e recebo sugestões	Offline/em pessoa
44	Sim	Sim	Não	Sim	Sim, recebo sugestões	Offline/em pessoa
45	Não	Não		Sim	Sim, dou e recebo sugestões	Online/na internet, Offline/em pessoa

46	Não	Sim	Não	Sim	Sim, dou e recebo sugestões	Offline/em pessoa
47	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim, recebo sugestões	Offline/em pessoa
48	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim, dou e recebo sugestões	Online/na internet, Offline/em pessoa
49	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim, dou e recebo sugestões	Online/na internet, Offline/em pessoa
50	Sim	Não		Não		
51	Não	Não		Não		
52	Sim	Não		Sim	Sim, dou e recebo sugestões	Online/na internet, Offline/em pessoa
53	Sim	Não		Sim	Sim, dou sugestões	Online/na internet, Offline/em pessoa
54	Não	Sim	Sim	Sim	Sim, dou e recebo sugestões	Online/na internet
55	Sim	Sim	Não	Não		
56	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim, recebo sugestões	Offline/em pessoa
57	Sim	Sim	Não	Não		
58	Sim	Sim	Não	Sim	Não dou nem recebo sugestões	Offline/em pessoa
59	Não	Não		Sim	Sim, recebo sugestões	Online/na internet, Offline/em pessoa

60	Sim	Não		Sim	Sim, dou e recebo sugestões	Online/na internet, Offline/em pessoa
61	Sim	Não		Sim	Sim, recebo sugestões	Offline/em pessoa
62	Sim	Não		Não		
63	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim, dou e recebo sugestões	Online/na internet, Offline/em pessoa
64	Sim	Não		Sim	Sim, dou e recebo sugestões	Offline/em pessoa
65	Sim	Sim	Não	Sim	Sim, dou e recebo sugestões	Online/na internet, Offline/em pessoa
66	Sim	Não		Não		
67	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim, dou e recebo sugestões	Offline/em pessoa
68	Não	Sim	Não	Sim	Sim, dou e recebo sugestões	Online/na internet, Offline/em pessoa
69	Não	Sim	Não	Sim	Sim, dou sugestões	Online/na internet, Offline/em pessoa
70	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim, dou e recebo sugestões	Offline/em pessoa
71	Não	Sim	Não	Sim	Sim, dou e recebo sugestões	Online/na internet, Offline/em pessoa
72	Sim	Não		Sim	Sim, dou e recebo sugestões	Offline/em pessoa
73	Sim	Sim	Não	Sim	Sim, dou e recebo sugestões	Offline/em pessoa

74	Sim	Não		Sim	Sim, dou e recebo sugestões	Online/na internet, Offline/em pessoa
75	Não	Não		Sim	Sim, dou e recebo sugestões	Offline/em pessoa
76	Não	Não		Não		
77	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim, dou e recebo sugestões	Online/na internet, Offline/em pessoa
78	Sim	Sim	Não	Sim	Sim, dou e recebo sugestões	Offline/em pessoa
79	Não	Não		Sim	Sim, dou e recebo sugestões	Offline/em pessoa
80	Sim	Sim	Não	Sim	Sim, dou e recebo sugestões	Offline/em pessoa
81	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim, dou e recebo sugestões	Online/na internet, Offline/em pessoa
82	Sim	Não		Sim	Sim, recebo sugestões	Offline/em pessoa
83	Sim	Sim	Não	Sim	Sim, dou e recebo sugestões	Online/na internet
84	Sim	Não		Sim	Sim, recebo sugestões	Offline/em pessoa
85	Sim	Sim	Sim	Sim	Não dou nem recebo sugestões	Online/na internet, Offline/em pessoa
86	Não	Sim	Não	Sim	Sim, dou e recebo sugestões	Online/na internet, Offline/em pessoa

Resposta número	6. Quando acaba de ver um programa ou um episódio, tem necessidade de falar sobre o que viu ou prefere refletir sobre o conteúdo que viu?	7. Costuma ver canais cuja programação consiste em conteúdo repetido ou emitido anteriormente?	8. Que tipo de dispositivo usa para ver conteúdo televisivo?	9. Subscreve algum serviço de streaming?	10. Qual é a sua idade?
1	Depende do conteúdo que acabou de ver	Sim	Telemóvel, Computador	Sim	24
2	Depende do conteúdo que acabou de ver	Sim	Televisor, Telemóvel	Sim	28
3	Necessita falar	Não	Televisor, Computador	Sim	26
4	Depende do conteúdo que acabou de ver	Não	Televisor	Não	60
5	Depende do conteúdo que acabou de ver	Não	Televisor, Telemóvel	Sim	38
6	Depende do conteúdo que acabou de ver	Não	Televisor	Sim	24
7	Depende do conteúdo que acabou de ver	Não	Televisor, Computador	Sim	23
8	Depende do conteúdo que acabou de ver	Não	Televisor, Telemóvel, Computador	Sim	23
9	Necessita refletir	Não	Televisor, Telemóvel, Computador	Sim	58
10	Depende do conteúdo que acabou de ver	Não	Televisor	Sim	37
11	Necessita falar	Sim	Televisor, Computador	Não	21

12	Depende do conteúdo que acabou de ver	Sim	Televisor, Telemóvel, Computador	Sim	35
13	Depende do conteúdo que acabou de ver	Sim	Televisor	Sim	47
14	Depende do conteúdo que acabou de ver	Sim	Televisor, Computador	Sim	42
15	Depende do conteúdo que acabou de ver	Sim	Televisor, Telemóvel	De momento, não	30
16	Depende do conteúdo que acabou de ver	Sim	Televisor, Computador	De momento, não	37
17	Depende do conteúdo que acabou de ver	Sim	Televisor, Computador	De momento, não	25
18	Depende do conteúdo que acabou de ver	Sim	Televisor, Telemóvel, Tablet, Computador	Sim	28
19	Depende do conteúdo que acabou de ver	Não	Computador	Sim	38
20	Depende do conteúdo que acabou de ver	Não	Televisor, Tablet	Sim	29
21	Depende do conteúdo que acabou de ver	Sim	Televisor, Computador	Não	24
22	Necessita falar	Sim	Televisor, Telemóvel, Computador	Sim	33
23	Depende do conteúdo que acabou de ver	Não	Televisor	Sim	30
24	Necessita falar	Não	Televisor, Telemóvel, Tablet, Computador	Não	29
25	Depende do conteúdo que acabou de ver	Não	Televisor, Computador	Não	45

26	Depende do conteúdo que acabou de ver	Não	Televisor, Computador	Sim	35
27	Depende do conteúdo que acabou de ver	Sim	Televisor, Computador	Não	36
28	Depende do conteúdo que acabou de ver	Não	Televisor, Telemóvel, Computador	Sim	23
29	Depende do conteúdo que acabou de ver	Não	Televisor, Computador	De momento, não	25
30	Depende do conteúdo que acabou de ver	Não	Televisor, Computador	Não	21
31	Necessita refletir	Não	Computador	Sim	19
32	Depende do conteúdo que acabou de ver	Sim	Televisor	De momento, não	62
33	Depende do conteúdo que acabou de ver	Sim	Televisor, Computador	Sim	30
34	Depende do conteúdo que acabou de ver	Não	Televisor	Sim	22
35	Necessita falar	Não	Televisor, Telemóvel, Computador	Sim	35
36	Depende do conteúdo que acabou de ver	Sim	Computador	Sim	43
37	Depende do conteúdo que acabou de ver	Sim	Televisor, Computador	Sim	35
38	Depende do conteúdo que acabou de ver	Sim	Televisor, Telemóvel	De momento, não	62
39	Depende do conteúdo que acabou de ver	Não	Televisor	Sim	29

40	Depende do conteúdo que acabou de ver	Sim	Televisor, Telemóvel, Computador	Sim	26
41	Depende do conteúdo que acabou de ver	Sim	Televisor, Telemóvel, Computador	Sim	24
42	Depende do conteúdo que acabou de ver	Sim	Televisor	Sim	40
43	Depende do conteúdo que acabou de ver	Sim	Televisor, Telemóvel, Computador	Sim	43
44	Depende do conteúdo que acabou de ver	Sim	Televisor	De momento, não	49
45	Depende do conteúdo que acabou de ver	Não	Televisor	De momento, não	57
46	Depende do conteúdo que acabou de ver	Não	Televisor, Computador	Não	30
47	Depende do conteúdo que acabou de ver	Não	Televisor, Computador	De momento, não	42
48	Depende do conteúdo que acabou de ver	Não	Tablet, Computador	Sim	20
49	Depende do conteúdo que acabou de ver	Não	Televisor, Telemóvel, Computador	De momento, não	29
50	Necessita refletir	Sim	Televisor	Sim	26
51	Depende do conteúdo que acabou de ver	Não	Televisor	Sim	44
52	Depende do conteúdo que acabou de ver	Sim	Televisor, Telemóvel, Computador	Sim	33
53	Depende do conteúdo que acabou de ver	Não	Televisor	Sim	37

54	Depende do conteúdo que acabou de ver	Não	Televisor, Computador, smart tv-app “rtp play”	Sim	25
55	Depende do conteúdo que acabou de ver	Não	Televisor, Telemóvel	Sim	53
56	Depende do conteúdo que acabou de ver	Não	Televisor, Computador	De momento, não	23
57	Necessita refletir	Sim	Telemóvel, Computador	Sim	26
58	Depende do conteúdo que acabou de ver	Sim	Televisor	Não	22
59	Depende do conteúdo que acabou de ver	Não	Computador	De momento, não	32
60	Necessita falar	Sim	Televisor, Telemóvel, Computador	Sim	28
61	Depende do conteúdo que acabou de ver	Sim	Televisor, Computador	Sim	27
62	Depende do conteúdo que acabou de ver	Sim	Televisor, Computador	Não	23
63	Depende do conteúdo que acabou de ver	Não	Televisor, Tablet, Computador	Sim	29
64	Depende do conteúdo que acabou de ver	Não	Computador	Sim	32
65	Depende do conteúdo que acabou de ver	Não	Telemóvel, Computador	Sim	28
66	Depende do conteúdo que acabou de ver	Sim	Televisor	Sim	24
67	Depende do conteúdo que acabou de ver	Não	Televisor, Telemóvel	Sim	33

68	Depende do conteúdo que acabou de ver	Não	Televisor, Telemóvel	Sim	29
69	Necessita falar	Não	Televisor, Tablet, Computador	De momento, não	31
70	Depende do conteúdo que acabou de ver	Sim	Televisor, Computador	Não	44
71	Depende do conteúdo que acabou de ver	Sim	Televisor, Computador	Não	41
72	Depende do conteúdo que acabou de ver	Não	Televisor	De momento, não	28
73	Depende do conteúdo que acabou de ver	Não	Televisor	Não	27
74	Depende do conteúdo que acabou de ver	Não	Televisor, Computador	Sim	25
75	Depende do conteúdo que acabou de ver	Não	Televisor	Sim	53
76	Depende do conteúdo que acabou de ver	Sim	Televisor	Sim	54
77	Depende do conteúdo que acabou de ver	Não	Televisor, Computador	Sim	22
78	Depende do conteúdo que acabou de ver	Não	Televisor	Sim	30
79	Depende do conteúdo que acabou de ver	Não	Televisor	Sim	44
80	Depende do conteúdo que acabou de ver	Não	Televisor	Não	52
81	Depende do conteúdo que acabou de ver	Não	Televisor	Sim	40

82	Necessita refletir	Sim	Televisor	Sim	41
83	Depende do conteúdo que acabou de ver	Não	Telemóvel	Sim	40
84	Necessita refletir	Sim	Computador	Não	21
85	Depende do conteúdo que acabou de ver	Sim	Televisor	Não	30
86	Depende do conteúdo que acabou de ver	Sim	Televisor, Computador	De momento, não	48