

# Espaço e Tempo dos Media nas Famílias Numerosas Católicas Portuguesas

Adriana José de Oliveira

CEOS.PP ISCAP & Polytechnic of Porto

E-mail: adriana.jvo@gmail.com

## Resumo

Face à multiplicação dos dispositivos eletrónicos nos contextos familiares mais diversos, quisemos saber qual o espaço e tempo que as famílias numerosas católicas portuguesas destinam à televisão e internet, tendo como hipótese teórica que a religião determina o onde e o quanto aqueles dispositivos mediáticos são utilizados. Foram recolhidos dados numa amostra nacional e numa regional, recorrendo-se à metodologia mista. Os resultados mostraram que, a nível nacional, os media estão localizados maioritariamente em espaços partilhados por todos os familiares; quanto ao tempo, na televisão depende-se entre trinta minutos a uma hora por dia e, na in-

ternet, os pais despendem até trinta minutos e os filhos entre trinta minutos a uma hora. No estudo regional, confirmou-se a opção pelo espaço partilhado e o tempo reduzido – duas horas diárias nos dois dispositivos. A opção por um espaço não privado possibilita a prática de um valor católico: a partilha. E o uso do tempo relaciona-se com o seu significado para estas famílias: “grande valor”, “sagrado”, “dado por Deus”, devendo ser usado para “estar com a família”. Confirma-se, assim, que a Doutrina Católica é determinante para compreender o espaço e o tempo da televisão e da internet nas famílias numerosas católicas portuguesas.

Palavras-chave: espaço; tempo; media; famílias numerosas católicas.

Data de submissão: 2020-09-10. Data de aprovação: 2020-10-11.

Revista Estudos em Comunicação é financiada por Fundos FEDER através do Programa Operacional Factores de Competitividade – COMPETE e por Fundos Nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia no âmbito do projeto *LabCom – Comunicação e Artes*, UIDB/00661/2020.



## Place and time of the media in the large Portuguese Catholic families

### Abstract

Faced with the multiplication of electronic devices in the most diverse family contexts, we wanted to know what place and time that the large Portuguese Catholic families give to the internet, having as theoretical hypothesis that the religion determines the where and the how much those media devices are used. Data was collected from a national and a regional sample, using the mix methodology. The results showed that, at a national level, the media are located in spaces shared by all family; regarding time, with television, are spent between thirty minutes to one hour per day, and, with internet, the parents spend under thirty minu-

tes and the children between thirty minutes to one hour. In the regional study, we confirmed the options for the spaces shared and the time reduced – two hours by day for the two devices. The option for the non private space permits the practice of a Catholic value: the sharing. The use of time connects with its meaning to these families: “big value”, “sacred”, “God given”, that should be used “stay with family”. So, it’s possible to confirm that the Catholic Doctrine is crucial to understand the space and time of television and the Internet in the large Portuguese Catholic families.

Keywords: space; time; media; large Portuguese Catholic families.

### Introdução

A televisão, nas três décadas que se seguiram à II Guerra Mundial, tornou-se “central na vida moderna” (Mullan, 1997, pp. 4-5), a “nova Galáxia de comunicação” (Castells, 2005, p. 434), e transformou a audiência “em *consumidores* inveterados” (Kerckhove, 1997, p. 185). O computador, com ligação à internet, modificou o campo do trabalho e o funcionamento de diferentes setores da sociedade (Toffler, 1984), tornou-se a “auto-estrada da informação” (Negroponte, 1996, p. 90), o “meio tecnológico mais revolucionário da Era da Informação” (Castells, 2005, p. 54). A televisão e o computador fizeram surgir “canais de comunicação através dos quais mensagens individuais e em massa podiam ser distribuídas” (Toffler, 1984, p. 40) e reduziram “o significado das fronteiras geográficas (...), pessoais” (Kerckhove, 1997, p. 281). Também o modo como a audiência passou a usar e a expor-se aos media se modificou e emergiu uma “nova forma de cognição intermédia (...) entre o mundo exterior e os nossos eus interiores” (Kerckhove, 1997, p. 52).

Por sua vez, as nossas próprias residências transformaram-se “em sites de cultura multimédia” (Livingstone, 2002, p. 1), colocando as famílias frente a alterações estruturais na utilização dos novos media em ambiente familiar (Roe, 2000). A família

era convidada a aceitar, ou não, os novos media, a “lareira electrónica” (Cardoso, Espanha, & Lapa, 2007), a “domesticção” (Silverstone & Hirsch, 1992) dos dispositivos mediáticos, um novo “eletrodoméstico” (Mullan, 1997). Em suma, os dois dispositivos modificaram a estrutura familiar (Toffler, 1984) e continuam a modificar, pois ganham cada vez mais um lugar de relevo nos contextos familiares, impondo mesmo a sua presença (Brito & Dias, 2019; Ponte & Batista, 2019). Especificamente, o modo como os dois dispositivos mediáticos têm sido utilizados tanto a nível do espaço da sua localização como a nível do tempo que lhes é concedido pelas famílias nas suas casas tem sofrido transformações (Brito & Dias, 2019; Kemp, 2019; Livingstone, 2002; Organisation for Economic Cooperation and Development [OECD], 2019; Ponte & Batista, 2019; Rompaey, Roe, & Struys, 2002;). Por um lado, foram sendo transferidos para espaços privados dentro das próprias casas (Hall, 1963, 1990; Livingstone, 2002; Morgan, 1996). Por outro, o tempo despendido com os dois dispositivos foi aumentando ao longo das décadas, diminuindo em contrapartida o tempo disponível para outras atividades – situação que se observou tanto em Portugal como noutros países (e.g., As audiências de Tv em 2011, 2012; Audiência Tv em 2011 e 2012, 2013; Brito & Dias, 2019; Cardoso, Mendonça, Lima, Paisana, & Neves, 2014; Instituto Nacional de Estatística [INE], 2001, 2013, 2014; Kemp, 2019; Lee, 2009; Lenhart, Rainie, & Lewis, 2001; Mesch, 2006a, 2006b; Nie, Simpsen, Stepanikova, & Zheng, 2004; Roberts, 2000; OECD, 2019; Ponte & Batista, 2019).

Com base no estudo *Eu kids online*, ficamos a saber que 60% das crianças e jovens europeus expõem-se ao online (Livingstone, Haddon, Görzig, & Ólafsson, 2011). De realçar que nove anos é a idade média na qual os jovens europeus se iniciam no mundo virtual, com os mais novos a começarem pelos sete anos e os mais velhos por volta dos 11. Especificamente sobre Portugal, sabemos que os portugueses surgem na linha da frente no uso do portátil e, quanto mais velhos, mais se expõem aos dispositivos mediáticos. De referir que a exposição ao online começa numa idade muito abaixo da legalmente permitida: entre os 9 e os 10 anos existem 27% de crianças a exporem-se ao online, e o uso das redes sociais é feito por dois terços das crianças com idades compreendidas entre os 11 e os 12 anos. (Brito & Dias, 2019; Ponte, Jorge, Simões, & Cardoso, 2012). Em 2013 (Cardoso & Espanha, 2009a; INE, 2004, 2013, 2014), 67% das famílias portuguesas tinham computador em casa e uma grande maioria dos portugueses utiliza diariamente em casa o computador e a internet (77%). De acordo com um inquérito para a Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC), 94% das crianças inquiridas veem, praticamente todos os dias, televisão, sendo que as crianças de três aos oito anos assistem à televisão mais de hora e meia. Ao sábado e domingo, a visualização é no mínimo de meia hora e no máximo oito horas, sendo que a média aponta para quase três horas (Ponte, Simões, Batista & Jorge, 2017). Em relação à internet, o uso da web cresce com o aumento da idade. Assim, 22% das crianças dos três aos cinco anos e 62% das crianças entre os seis e os oito anos

usam internet. No que confere aos pais, 68% expõem-se, diariamente, à internet em espaços partilhados (96%) e 73% em espaços privados. (Ponte *et al.*, 2017). Em 2018, segundo a OECD (2019), em média, 77% das casas portuguesas estão conectadas à internet. De acordo com o Relatório Digital Global 2019 (Kemp, 2019), 96% dos portugueses usam a televisão e 67% o computador. O uso da internet é feito por 8 milhões de portugueses, 6h38 horas a média de tempo de exposição ao online e um terço deste tempo passado em redes sociais. O uso diário da internet é feito por 85% dos portugueses, 10% usa uma vez por semana e 5% expõe-se uma ou menos vezes por mês. Em média são 8,5 contas ativas que cada português tem em redes sociais e expõem-se a elas cerca de 2h por dia, sendo que apenas 21% do tempo gasto com as redes sociais é por motivos profissionais (Kemp, 2019).

Em relação à televisão, os portugueses terminaram o ano de 2018 a exporem-se ao ecrã televisivo uma média de 4h47m por dia (*Meios & Publicidade*).

É dentro deste contexto de utilização da televisão e da internet que quisemos perceber o que as famílias numerosas católicas portuguesas fazem com esses dispositivos, especificamente onde estão localizados em casa, consequências dessa localização e também o tempo que despendem em ambos. Este objetivo surge de uma hipótese teórica: a religião católica determina o acesso e o consumo dos dispositivos mediáticos.

## 1. Espaço, Tempo, Televisão e Internet

Como salienta Durkheim (1912/2000), “não podemos pensar objetos que não estejam no tempo ou espaço” (p. XVI), como é o caso da televisão e da internet que, para serem alocados aos distintos espaços, precisam de ser distribuídos de forma diferente (Durkheim (1912/2000)). Segundo o autor, essa diferenciação decorre dos valores afetivos que são atribuídos a cada espaço dentro do espaço em sentido lato; esses valores imprimem diferenciação e não igualdade afetiva aos vários espaços. Além disso, assiste-se a alterações na forma como os indivíduos dividem o espaço, mostrando que essas divisões “não estão fundadas exclusivamente na natureza congénita do homem” (Durkheim, 1912/2000, p. 500).

No contexto familiar, no qual as pessoas podem vivenciar hábitos e experiências diferentes, é possível também evidenciar distintas formas de compreender o espaço e tempo (Morgan, 1996), atribuindo-lhes significados e momentos diversos. Os membros de uma família podem deparar-se com a necessidade de reivindicar um determinado espaço para determinada utilização, como, por exemplo, o acesso a um quarto individual, ou assistir à televisão e ter acesso à internet num espaço físico determinado; por sua vez, também podem reivindicar tempo para tomar banho, para se alimentar (Morgan, 1996) ou, até, para utilizar a televisão e a internet.

## 1.1. Espaço

O antropólogo americano Edward Hall foi um pioneiro no seu estudo sistemático sobre o espaço pessoal que as pessoas mantinham entre elas e quais os significados que atribuíam aos espaços onde se moviam. O seu estudo tinha na base o conceito de proxémica, criado pelo próprio Hall na década de sessenta, e que consistia em “estudar como o homem inconscientemente estrutura o micro espaço - a distância entre homens na condução das transações diárias, a organização do espaço em suas casas e edifícios e, finalmente, o layout de suas cidades” (Hall, 1963, p. 1003). Hall (1990) identificou três tipos de espaço: espaço de características fixas, espaço de características semifixas e espaço informal. O espaço de características fixas consiste na existência de uma estrutura física inalterável, de que são exemplo as paredes ou os compartimentos. O espaço de características semifixas prende-se com o modo como estão dispostos os obstáculos como, por exemplo, os móveis. Por fim, o espaço informal determina a distância interpessoal entre as pessoas, que pode ser classificada em três tipos: distância íntima, distância pessoal e distância social ou pública.

Na perspetiva de Morgan (1996), o espaço no contexto familiar pode ser analisado com base num prisma físico e com base num prisma social ou simbólico. O espaço físico remete para a divisão que se faz no interior da casa. Já o espaço social ou simbólico reflete significados que a família atribui à localização física dos objetos existentes em casa. O espaço social ou simbólico envolve também espaços abertos ou fechados, e ainda espaços partilhados ou privados. Tendo em conta as formas como todos estes espaços são dispostos no interior da casa, é possível perceber quais os níveis de exposição aos dispositivos mediáticos e, por conseguinte, o papel e as posições de poder que a televisão e a internet ocupam no contexto familiar.

Nos anos cinquenta, quando a televisão se instalou na sala de estar, espaço por excelência partilhado por todos os membros da família, aconteceu uma revolução nos lares, obrigando a que as salas e os membros da família se ajustassem ao uso do ecrã televisivo (Livingstone, 2002).

Em Portugal, antes de chegar aos domicílios e à sala de estar, o televisor era um dispositivo dos cafés e das ruas, instalando-se paulatinamente nas habitações. Primeiro entrou para um compartimento próximo da cozinha, como companhia para a dona de casa; em seguida, foi levada para a sala de estar. A televisão passou a ter um espaço próprio e a receção é feita por um coletivo de pessoas que, em simultâneo, podem trazer apports distintos para o que se vai ver e para o que se vê. A receção da mensagem “é entendida como um acto social da negociação onde convergem contextos e práticas culturais e comunicacionais, fazendo, através da negociação, a definição da realidade social” (Cunha, 2011, p. 174). Posteriormente, a televisão passou a multiplicar-se pelos quartos – dos pais, das crianças e dos adolescentes – e por outras divisões. Estudos evidenciam que os jovens com televisão no quarto estão mais abertos a assistir aí à televisão do que em áreas comuns (e.g., Saxbe, Graesch,

& Alvik, 2011). Quando as televisões passam de um espaço físico, de acesso a toda a família, para um espaço individual, o ato de ver televisão torna-se um ato individual e deixa de ser central no contexto familiar (Ponte, 2011b).

Com a entrada do computador nas habitações, o espaço físico onde está o computador acarretou consequências para a organização familiar, indiciando também uma opção mais coletivista ou mais individualista (Livingstone, 2002). A instalação do computador inicia-se nos espaços interiores da casa que eram partilhados, movendo-se posteriormente para a ala privada da casa ou para um quarto, rotulado de quarto do computador, ou ainda para os quartos dos filhos/filhas (Livingstone, 2002). Esta disposição correspondeu ao período dos computadores de secretária, fixos. Em seguida, com a entrada do computador portátil, o seu acesso, bem como à internet, passou a ser feito em diversos espaços dentro da habitação.

As alterações no relacionamento das famílias com os media movem as fronteiras entre o interior e o exterior da vida das famílias, levando a uma diferente forma de conceber a vida privada e a vida pública da família (Livingstone, 2002).

Segundo os dados disponíveis que se conhecem, Portugal é um dos países onde crianças e jovens mais se expõem à internet nos quartos (67%), em relação à média europeia (49%) (Ponte *et al.*, 2012). As crianças e jovens com recursos económicos mais elevados usam a internet tanto nos quartos (75%) como nos espaços partilhados da casa (86%), por oposição aos que têm rendimentos mais baixos que evidenciam menos acesso à internet nos espaços comuns (73%) (Ponte *et al.*, 2012). Inquérito elaborado para a ERC revela que quanto maior é a escolaridade dos pais e do ESSE mais as famílias expõem-se à televisão, sendo que nos agregados familiares com curso médio/superior estamos a falar de uma percentagem de 89% (Ponte *et al.*, 2017).

Em suma, parece que algo está a mudar, sendo que a tónica poderá ser colocada no incremento do uso dos media nos domicílios, funcionando como agentes de mudança e acentuando a “privatização do lazer e, mais recentemente, da aprendizagem” (Livingstone, 2002, pp. 119-120).

A partir de um espaço doméstico, individual e privado, os jovens deparam-se com a oportunidade de estabelecer contactos com o mundo exterior, um “universo com mais escolhas”, onde “o indivíduo tem ainda a possibilidade de contribuir com as suas próprias criações, por exemplo, colocando os seus vídeos no Youtube, construindo um perfil no Facebook ou mantendo um blog” (Monteiro & Policarpo, 2011, p. 338). O aumento dos media no quarto dos jovens evidencia que estão imersos nesse mundo e que utilizam esses dispositivos de forma privada e individualizada, não só quanto à sua posse, mas também quanto à sua utilização e fruição. Em Portugal, cerca de 75% dos jovens entre os 13-16 anos têm acesso ao computador nos seus quartos (Ponte, 2011a). Em 2016, 74% dos agregados familiares tinham internet em casa. Em 2017 sobe para 77% os agregados famílias com acesso à internet, destacando-se as casas onde existem crianças. (INE, 2017). Inquérito para a ERC revela que dos inquiridos

(99%) têm televisão e computador portátil (70%). De referir que há crianças que usam televisão (96%) sem acesso à internet e as que o faz com ligação à internet (73%). De referir, ainda, que mais de metade das crianças têm a sua própria televisão (Ponte *et al.*, 2017).

Ao assumir-se como lugar para o computador um espaço cujos traços privados se sobrepõem aos traços partilhados, abre-se a porta ao individualismo e à possibilidade de os jovens se exporem aos media sem que os pais controlem o acesso e o uso que deles fazem (Roberts, 2000). Emerge, assim, uma dicotomia entre a vida familiar em comum e a vida individual, entre o domínio partilhado e o domínio privado da vida familiar, dando origem a que surjam frequentemente situações conflituosas ou de negociação (Morgan, 1996).

Algumas explicações são avançadas para este crescente uso individualizado dos media por parte dos jovens nas suas casas: o facto de os media serem omnipresentes e promoveram um grande envolvimento; os pais não terem a perceção do papel dos media na vida dos filhos/filhas; os tempos e ritmos de trabalho dos pais impedirem a monotorização conveniente das atividades dos filhos/filhas frente à televisão e ao computador (Roberts, 2000).

Além dessas explicações, para compreender o significado do uso dos media pelos jovens, torna-se pertinente conhecer as condições de acesso e as escolhas do envolvimento, sendo para isso necessário contextualizar não apenas os novos e velhos media, mas também os estilos de vida dos jovens (Livingstone, 2002). Por isso, é também pertinente identificar-se não só diferentes usos do media, mas também diferenças quanto à quantidade, qualidade e consumo (Livingstone, 1998), que assentam não só em indicadores de índole económica, como, por exemplo a riqueza nacional, como nas práticas e valores da família. Devem ser tidas em consideração as diferenças e as convergências culturais regionais e nacionais, as questões relacionadas com religião, classe etária, etnia e género, independentemente das variáveis como “privatização, individualização e consumismo” (Livingstone, 1998, p. 447),

A hipótese teórica deste estudo é que a religião católica será um fator determinante na escolha do espaço para alocar os media, na medida em que implica um conjunto de valores que inevitavelmente regem a vida individual e familiar.

## 1.2. Tempo

O tempo traz “momentos diferentes... a divisão em dias, semanas, meses, anos (...) [é uma] instituição social” (Durkheim, 1912/2000, p. 500). E, tal como em relação ao espaço, “não podemos pensar objetos que não estejam no tempo” (Durkheim, 1912/2000, p. XVI).

Os indivíduos podem deparar-se com a necessidade de reivindicar o próprio tempo como tempo para tomar banho ou se alimentar (Morgan, 1996), ou ainda assistir à televisão, ter acesso à internet por um período de tempo.

Os comportamentos dos jovens com os media transformam o tempo familiar no “tempo dos media, reduzindo o tempo que os pais e filhos estão juntos, servindo de crescimento ao individualismo da vida privada familiar” (Livingstone, 2002, p. 186).

O modelo de Mesch (2006b), representado na Figura 1, estabelece um conjunto de relações diretas e indiretas entre várias variáveis, umas relacionadas com o uso da internet e outras relacionadas com a família.

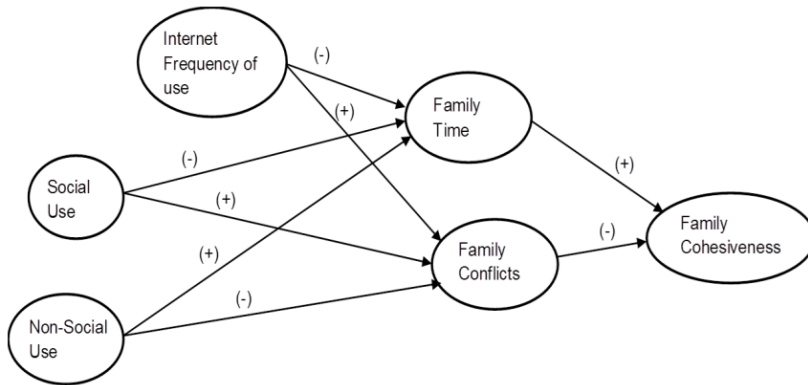


Figura 1. Modelo de Mesch

Para Mesch (2006b), tempo despendido na exposição aos media é tempo retirado à família e pode significar baixo grau de coesão familiar e alto conflito familiar. Já quando se dedica mais tempo à família do que aos media, pode criar-se maior coesão familiar e haver menor conflito familiar. Esta equação pode ganhar mais relevância se for colocada em contextos de famílias numerosas, por haver uma maior concorrência no tempo de uso dos media, podendo favorecer conflitos entre pais e filhos, porque os jovens podem ver na partilha do acesso à programação mediática uma restrição à liberdade (Mesch, 2006a).

A ocupação de tempo dos portugueses foi estudada, pela primeira vez, em 1999, pelo INE (2001), com base num diário distribuído a adultos e crianças dos seis aos 14 anos. Os resultados mostram que: (1) independentemente da idade, os rapazes têm mais tempo livre do que as raparigas; (2) a forma como as crianças ocupam o tempo não é influenciada pelos pais; (3) o facto de ter irmãos influencia o tempo livre para o lazer – havendo irmãos, por exemplo, as tarefas domésticas são distribuídas; (4) as crianças tendem a imitar o comportamento dos adultos.

De salientar que entre as atividades a que os portugueses dedicam tempo estão as refeições, estudo, trabalho, lazer, tarefas domésticas, assistir à televisão, uso da internet (INE, 2001).



O uso do tempo dos portugueses voltaria a ser estudado em 2015 (Perista, Cardoso, Brázia, Abrantes, & Perista, 2016). Os resultados mostram que cerca de 90% dos inquiridos dedica pelo menos uma hora diária a ler, ouvir rádio/música ou a ver televisão, sendo esta a única categoria de atividades sem disparidade de género. Esta encontra-se na realização de passatempos como pintar, cantar, fazer tricot ou jogar damas, e/ou jogar no computador, navegar na internet ou em redes, com 41% dos homens a dedicar-lhes todos os dias uma hora ou mais, contra 33% entre as mulheres. O mesmo acontece em atividades de lazer fora de casa: 10% dos homens realiza-as mais de uma hora diária, e 32% pelo menos uma vez por semana; as mulheres não vão além de 5% e de 23% respetivamente. As mulheres continuam a ser o rosto das tarefas domésticas, com elas a gastarem diariamente mais 55 minutos na prestação de cuidados e mais 1 hora e 12 minutos nas tarefas domésticas, por comparação aos homens. No total, em média, as mulheres dedicam 4 horas e 23 minutos e os homens 2 horas e 38 minutos a trabalho não pago, sendo as pessoas com níveis de educação intermédios a despendem mais tempo com as tarefas domésticas e de cuidado, seguindo-se as pessoas com ensino superior e, por fim, pessoas com níveis de escolaridade mais baixos.

Em relação ao uso da internet, de referir que 73% dos portugueses gastam, diariamente, tempo com a internet, sendo que 13% dizem fazê-lo três ou quatro vezes por semana, e 96% uma ou duas vezes por semana. Há 28% que dedicam o seu tempo a utilizar a internet pelo menos uma vez por mês e apenas 10% gastam tempo com a internet menos de uma vez por mês (Cardoso *et al.*, 2014; INE, 2013, 2014). Cerca de 8 milhões de portugueses, numa média de 6h38 por dia, expõem-se à internet. Diariamente, 85% dos portugueses usa a internet, sendo que 10% usa uma vez por semana e 5% uma ou menos vezes por mês. Em média, existem 8,5 contas ativas nas redes sociais por cada português e expõem-se a elas cerca de 2h por dia e 21% do tempo gasto com as redes sociais é por motivos profissionais (Kemp, 2019). De acordo ainda com o estudo *Eu kids online*, os jovens (15%) expõem-se internet mesmo sem que para isso exista interesse (15%). Há portugueses (12%) que se sentem «aborrecidos» quando não usam a internet (Ponte & Batista, 2019)

No que se refere à televisão, em 2008, 21% portugueses gastavam, diariamente, três ou mais horas do seu tempo em frente ao ecrã televisivo, e 27% gastavam entre duas e três horas (Cardoso & Espanha, 2009a, 2009b). Em 2012, os dados mostram que os portugueses, em média, dedicaram diariamente mais de quatro horas a ver televisão. À semelhança do ano anterior, a TVI foi em 2012 o canal que os portugueses mais tempo visionaram (28%), seguindo-se SIC (22%), RTP (19%) e RTP2. Em relação à TV por cabo, é a SIC Notícias que continua a liderar as preferências. Notícias (49%), filmes (36%), desporto (36%) são os programas televisivos a que em 2010 os portugueses dedicaram mais tempo. Em 2011, o futebol voltou a ser o conteúdo a que os portugueses mais se expuseram (As audiências de TV em 2011, 2012; Audiência

TV em 2011 e 2012, 2013). Entre os canais generalistas, em 2013, a TVI (25%) voltou a liderar a preferência, seguindo-se a SIC (21%), a RTP1 (13%), a RTP2 (3%). Todavia, a preferência da audiência volta-se para o Cabo (28%). Outros obteve apenas 11% das escolhas (Sousa, 2014). Em 2016 e 2017, o futebol voltou a ser dos conteúdos mais visualizados nas televisões portuguesas. Omitindo o futebol, em 2016 a TVI dominou as preferências dos portugueses, com a telenovela *A Única Mulher II* a ser o programa mais visto do ano. TVI volta a ganhar as preferências televisivas em 2017, sendo o programa *Pesadelo na Cozinha* o mais visualizado (*Meios & Publicidade*, 2017; *Meios & Publicidade*, 2018; Cardoso, Mendonça, Lima, Paisana, & Neves, 2017).

O ano de 2018 terminou com os portugueses a verem em média 4h47m de televisão por dia (*Meios & Publicidade*). Em 2018, a TVI foi líder de audiências (20%), mas, quando comparada com os outros canais, foi a o canal que mais queda registou em relação ao ano de 2017. Seguiu-se a SIC (17%), a RTP1 (12%) e, por fim, a RTP2 (2%). A Cabo colheu uma audiência 39% de quota de mercado, com a RTP3 TDT, a RTP Memória TDT e AR TV a somarem 2% de quota de mercado. Para a TVI, o primeiro e segundo mês do ano foram os melhores e o último o pior. O Mundial de 2018 fez com que o mês de junho fosse o melhor mês da RTP1 (14%) e o melhor da SIC (26%), com o jogo Portugal vs. Marrocos na Fase de Grupos do Mundial de 2018 (Sousa, 2019).

Estudos sobre o uso dos media nos Estados Unidos mostraram que os americanos dedicavam mais tempo aos media em detrimento de outras atividades (Roberts, 2000). Essa entrega chegava a ser quase de oito horas de exposição diária, com mais de metade a usar diariamente o computador, embora a televisão ainda fosse o media dominante (Roberts, 2000). Em média, dedicam, diariamente, três horas do seu tempo a navegarem na internet, sendo 57% gasto com o e-mail, mensagens instantâneas e o chat. Os mais velhos usam mais o e-mail e os mais jovens utilizam as mensagens instantâneas e os chats. A televisão colhe duas horas de visualização por dia (Nie *et al.*, 2004).

Apesar de carecer de mais estudos empíricos, para os jovens a internet retirava tempo à relação familiar e conduzia a momentos de conflitualidade familiar (e.g., Lee, 2009; Nie *et al.*, 2004; Lenhart, Rainie *et al.*, 2001). Estudos também mostraram que, com a idade, as atividades entre pais e filhos vão declinando, com a exceção do desporto e do uso do computador e também da televisão (Livingstone, 2002). Especificamente a televisão ajudava a promover uma conversa, sendo que a visualização em família de programas televisivos acontecia preferencialmente nas famílias da classe trabalhadora (73%) e tinha menos expressão entre as de classe média (31%) (Livingstone, 2002).

Consideramos também que a religião católica será um fator determinante no tempo despendido com os media.

## 2. Televisão, Internet e Igreja Católica

A herança deixada por Gutenberg levou a Igreja Católica a tomadas de posição face ao uso dos media. No início, houve censura, rejeição, sendo o exemplo mais extremo a Inquisição. No entanto, desde o Concílio V de Latrão, em 1515, que a Igreja Católica olha para os “progressos técnicos”, nos quais se podem incluir os media, como desígnios positivos e capazes de criarem “laços de solidariedade entre os homens, pondo-se assim ao serviço da Sua vontade salvífica”, porque são considerados “dons de Deus” (Pio XII, 1957, p. 1). O momento de viragem aconteceu no Concílio Vaticano II, com o pensamento de Pio XII a ser reforçado, nomeadamente por Paulo VI (1967) e pela Comissão Pontifícia dos Meios de Comunicação Social (1971).

No entanto, a preocupação com o uso dos media no discurso da Igreja Católica mantém-se, com documentos oficiais da Igreja Católica a abordarem a necessidade de os cristãos formarem uma reta consciência do uso dos media, materializando o valor do livre-arbítrio (e.g., Paulo VI, 1966). Ideia reforçada no início dos anos setenta com a publicação da instrução pastoral *Communio et Progressio* (1971), que auxilia “a ler criticamente o modo como tem evoluído a ‘ecologia da comunicação mediática’ e a inspirar a ação pastoral da Igreja neste âmbito” (Pinto, 2011, p. 1). De acordo ainda com Pinto (2011), esta instrução pastoral “não se ficou pela espuma dos fenómenos e, nomeadamente, pelo discurso eufórico acerca das promessas tecnológicas nem tão-pouco por uma perspetiva instrumentalista dos meios de comunicação” (p. 1).

Na década de noventa, os meios de comunicação social viriam a ser definidos como o “primeiro areópago dos tempos modernos” e até um dos principais instrumentos de “informação e formação, de guia e inspiração dos comportamentos” (João Paulo II, 1990, pp. 19-20). Os media assumem um “papel social” ao “favorecerem a troca de ideias e de informações entre diferentes classes e sectores da sociedade” (Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais, 1992, p. 8). Ao mesmo tempo, persiste um alerta: todas as suas potencialidades não devem substituir “o contacto pessoal imediato, nem as relações entre os membros de uma família, ou entre amigos” (Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais, 1992, p. 5). Em 2019, Papa Francisco (2019) reforça uma vez mais o conjunto de ideias que a Igreja Católica tem vindo a divulgar nos últimos anos, designadamente a atenção aos novos meios de comunicação, com especial destaque para a relação entre as pessoas na internet, em geral, e nas redes sociais, em particular.

A Igreja Católica recomenda, especialmente os jovens, que sejam moderados e disciplinados no uso que fazem dos media. Chama a atenção para a interpretação correta da informação, convocando-os a dialogarem com os seus educadores e com especialistas na matéria, de modo a colherem e praticarem um reto juízo dos media e “recuperar um certo sentido de pausa e calma” (Francisco, 2014, p. 2). Ideia presente nas palavras do Papa Francisco em 2016 ao afirmar que «não é a tecnologia que determina se a comunicação é autêntica ou não, mas o coração do homem e a sua

capacidade de fazer bom uso dos meios ao seu dispor» (Francisco, 2016, p. 3). Um uso correto que Papa Francisco viria, também, a direcionar «para o esforço comum de prevenir a difusão das notícias falsas» (Francisco, 2018, p. 1), atribuindo a cada indivíduo a obrigação de usar os media para a «comunicação da verdade» (Francisco, 2018, p. 1). A exaltação da verdade e o repúdio da mentira viria também a ser reforçada por Papa Francisco em 2019, ao afirmar que o “facto de sermos membros uns dos outros é a motivação profunda a que recorre o Apóstolo para exortar a despir-se da mentira e dizer a verdade” (Francisco, 2019, p. 3).

Apesar da abertura ao mundo mediático, a Igreja Católica transmite também uma orientação clara sobre a necessidade de controlo na utilização da internet, seja através do diálogo e negociação entre pais e filhos, seja através do uso de filtros nos computadores, de forma a proteger os filhos “na medida do possível contra a pornografia, as ameaças sexuais e outras insídias” (Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais, 2002, p. 8). Ressalva-se que “são as pessoas que escolhem usar os mass media para finalidades positivas ou negativas, de modo correto ou incorreto” (Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais, 2000, p. 1). Um uso que pode passar pela difusão de uma mensagem de índole verdadeira ou falsa, positiva ou negativa, deve-se centrar, unicamente, na divulgação de notícias verdadeiras e marcadas por um traço de confiança (Francisco, 2017), afastando contextos de falsidade. Linha de pensamento reforçada quando o Papa Francisco responsabiliza, nomeadamente, todos os crentes pela identificação e anulação de notícias falsas (Francisco, 2018). Responsabilidade que pode ser impulsionada por ações pedagógicas que auxiliem a formação de um discernimento crítico para não se ser um difusor «inconscientes de desinformação, mas atores do seu desvendamento» (Francisco, 2018, p. 2). Afinal, a internet é um dos locais “mais expostos à desinformação e à distorção consciente e pilotada dos factos e relações interpessoais, a ponto de muitas vezes cair no descrédito” (Francisco, 2019, p. 1). Papa Francisco volta a colocar ênfase na pertinência de refletir “sobre o fundamento e a importância do nosso ser-em-relação e descobrir, nos vastos desafios do atual panorama comunicativo, o anseio que o homem tem de não ficar encerrado na própria solidão” (Francisco, 2019, p. 1). É um convite claro da Igreja Católica, pela voz do Papa Francisco, para que os crentes nas “relações» pessoais produzindo uma «rede» que permita «preservar uma comunhão de pessoas livres. A própria Igreja é uma rede tecida pela Comunhão Eucarística, onde a união não se baseia nos gostos [«like»], mas na verdade, no «amém» com que cada um adere ao Corpo de Cristo, acolhendo os outros” (Francisco, 2019, p. 4).

### **3. Família Numerosa Católica**

Família é um conceito polissémico, subjetivo, cuja definição depende do contexto social, político, demográfico. Envolve uma multiplicidade de discursos, tais como religiosos, morais, legais, culturais, sociais, familiares, individuais, que molda tipo-

logias familiares e o tamanho da família (Osswald, 2015; Saraceno & Naldini, 2003; Segrin & Flora, 2005; Simionato & Oliveira, 2003).

No início do século XX, a família era marcada por uma relação de homem (pai), mulher (mãe) e filho, com o homem assumir um papel preponderante (Durkheim, 1892/1975; Parsons, 1949/1971). Com o passar dos anos, a conceção de família, casamento e de conjugalidade adquiriu “novas tendências, novas configurações familiares (...), novas conceções de família e da organização da vida dos seus membros, sendo valorizada por alguns nos seus hábitos tradicionais e por outros no seu progresso moderno” (Dias, 2011, p. 140). Tendências também sentidas em Portugal, onde se observam diferentes tipologias de famílias e papéis (Aboim, 2005a, 2005b; Amaro, 2014; Wall, 2005; Wall & Guerreiro, 2005).

Em relação à dimensão familiar, apesar da escassez de documentação (Hutchins, 2013), propõe-se que uma família com três ou mais filhos seja considerada numerosa (e.g., Bossard & Sanger, 1952; Cunha, 2005, 2011; Drysdale, 1914; Drysdale, Ellis, Robinson, & Grotjahn, 1917/1984; Fahey, Keilthy, & Polek, 2012; Knowlton, 1832; Organisation for Economic Cooperation and Development, 2011; Rogers & Nikkel, 1979; Bossard & Sanger, 1952).

Contactamos via e-mail as associações que fazem parte da European Large Families Confederation (ELFAC), perguntando qual a definição de família numerosa que propunham. Respondeu Nell Coumans, da Associação Holandesa: “na Holanda, uma família com quatro ou mais filhos é uma família grande”. Também respondeu o presidente da Associação da Hungria, Laszlo Marki, dizendo que na Hungria uma família é considerada numerosa quando “têm três ou mais crianças no seu agregado familiar e essas crianças não têm renda substancial própria (a definição exata varia ligeiramente em diferentes leis particulares, envolvendo a idade dessas crianças.)”. Contactamos também a Associação Portuguesa de Famílias Numerosas (APFN). A Secretária-geral da Associação, Ana Cid Gonçalves, respondeu-nos que o “conceito de família que nós adoptámos e que está genericamente adoptado em toda a Europa, nomeadamente pela maioria das associações que pertencem à ELFAC, é de 3 ou mais filhos”.

O segundo adjetivo que classifica o nosso grupo de estudo – família *católica* – remete para o pensamento da Igreja Católica que, apesar de ter demonstrado abertura à mudança, ainda entende a família como constituída pelo pai, mãe e filhos como exemplificam diferentes textos Bíblicos (e.g., Gn 6, 13-22; 7 1-16; Jo, 2,12; Ap 19, 9; Edição Difusora Bíblica Missionários Capuchinhos). A conceção de família é definida com base nos “laços afetivos e constituída por consentimento mútuo” (Goody, 1995, p. 139), sendo os filhos encarados como “bênção do Senhor” (Si 127, 3-5; Lc 1, 42) ou um presente dado por Deus ao casal (Gn 33, 5). Assim, não é surpresa identificar famílias católicas numerosas em que os filhos assumem um papel central, “algo intrínseco à ideologia religiosa” (Goody, 1995, p. 139).

Neste trabalho, entende-se como família numerosa católica uma família com três ou mais filhos e que profetiza os mandamentos da Doutrina Católica.

## **4. Estudo Empírico**

### **4.1. Metodologia**

Neste artigo procura cotejar-se o espaço e o tempo da televisão e na internet nas famílias numerosas católicas portuguesas. Para realizar a pesquisa formaram-se duas amostras: uma amostra nacional, a partir da técnica casual aleatória simples; e uma amostra regional, extraída da nacional e com base na técnica bola de neve. Por terem as mesmas características, entende-se estar perante uma única amostra.

Para recolher os dados seguiu-se a metodologia mista de pesquisa, também designada por processo de triangulação ou terceiro paradigma metodológico. Esta metodologia combina abordagens quantitativas e qualitativas, e tem vindo a ganhar terreno no campo da investigação em ciências sociais, nomeadamente nos estudos sobre a comunicação e os media (e.g., Creswell, 2003; Heyvaert, Maes, & Onghena, 2011; Johnson, Onwuegbuzie, & Turner, 2007; Tashakkori & Teddlie, 2003).

Foram utilizados questionários, uma entrevista semiestruturada, diários de campo e observação não estruturada. O questionário possibilitou recolher uma ampla e diversificada quantidade de dados distintos e realizar várias análises de um grupo de pessoas, sendo que a possibilidade de existir “superficialidade das respostas” foi superada com “rigor na escolha da amostra, formulação clara e unívoca das perguntas” (Quivy & Campenhoudt, 2008, pp. 189-190). A entrevista semiestruturada possibilitou “explorar determinadas ideias, testar respostas, investigar motivos e sentimentos, coisas que o inquérito nunca poderá fazer” (Bell, 1997, p. 118). Os diários de campo permitiram a compreensão rigorosa do papel dos dois media no contexto familiar. A observação constituiu na “recolha de dados de um modo espontâneo, captação de autenticidade dos acontecimentos e apreender comportamentos e acontecimentos nos momentos em que estes se manifestam” (Quivy & Campenhoudt, 2008, p. 199). Os dados da entrevista e diários de campo foram analisados com base na tripla conceção de “discurso-cognição-sociedade” (van Dijk, 2000, 2006), por se entender “o significado de “discurso” de forma ampla, ou seja, como “evento comunicativo”, incluindo a interação conversacional, a modalidade escrita da língua, bem como a expressão corporal, facial, diagramação do texto, imagens e qualquer outra “semiose” ou forma multimodal de significação” (van Dijk, 2013, p. 355).

A análise dos dados foi feita com os programas estatísticos SPSS e EXCEL.

## 4.2. Amostra

A amostra a nível nacional é constituída por 333 pessoas e a regional por 39 – ver tabela 1. Como a amostra regional é extraída da nacional, entende-se estar perante uma única amostra, mantendo-se o mesmo critério de inclusão: todas as famílias que constituem a amostra são numerosas católicas. Assim, a amostra final é composta por 372 indivíduos – 142 pais/mães e 230 filhos/filhas.

Tabela 1. Amostra

Participantes	Nacionais	Regionais	TOTAL
Pais/Mães	128	14	142
Filhos/Filhas	205	25	230
Total da amostra	333	39	372

A maioria de pais/mães tem entre os 42-47 anos, formação superior (79%) e trabalha como especialistas das atividades intelectuais e científicas (52%). Os/as filhos/filhas têm entre os 12-13 anos e a maioria (97%) estuda, 26% frequenta o nono ano de escolaridade, seguindo-se o sexto ano (25%) e o quarto ano (24%).

Todos os inquiridos, pais/mães e filhos/filhas, seguem os fundamentos da Igreja Católica, sendo que a maioria dos pais/mães (68%) e dos filhos/filhas (62%) não frequenta nenhuma comunidade religiosa específica. Apenas 30% dos pais/mães e 37% dos filhos/filhas pertencem a uma comunidade. Entre as comunidades que colhem maior número de seguidores, estão as Equipas de Nossa Senhora (28%), Movimento Schoenstatt (16%) e o Caminho Neocatecumenal (14%). Com a mesma percentagem de respostas (9%) estão a Comunidade Emanuel, Opus Dei, Movimento Comunhão e libertação. Em relação aos filhos/filhas, o Caminho Neocatecumenal (21%) e as Equipas de Nossa Senhora (20%) são as mais referidas.

## 4.3. Resultados e Discussão

### 4.3.1. Quantidade de dispositivos media

O resultado dos inquéritos nacionais – ver Tabela 2 – mostra que a maioria das famílias portuguesas católicas em estudo dispõe de televisão por cabo (41%) e computador com acesso à internet (55%). Preferem usar a internet (62% dos pais/mães e 77% dos filhos/filhas), seguindo-se a televisão por cabo (42% dos pais/mães e 48% dos filhos/filhas) e a televisão generalista (41% dos pais/mães e 49% dos filhos/filhas).

As entrevistas e os diários de campo revelam que existem 33 equipamentos nos contextos familiares das sete famílias entrevistadas, sendo que 17 são computadores ligados à internet, 10 correspondem a televisões com ligação a cabo/satélite e seis são televisões com acesso apenas aos quatro canais nacionais – ver Tabela 2.

Tabela 2. Quantidade e localização dos dispositivos media nas famílias

Tipologia dos dispositivos media	Dados dos inquéritos nacionais em %			Dados regionais/locais das entrevistas e os diários de campo em valores absolutos
	Percentagem das famílias com dispositivos media	Espaço da casa onde se encontram os dispositivos media		
		Partilhado	Privado	
Computador ligado à internet	54.8%	86.2%	13.8%	17
Televisão	4.6%	71.4%	28.6%	6
Televisão por cabo/satélite	40.7%	76.6%	23.4%	10
	Total dos media			33

$N = 333$

No que toca à quantidade dos media, verifica-se que nas famílias não há um dispositivo media por pessoa, permitindo concluir que o número de dispositivos não é expressivo no contexto familiar em estudo. Por isso, os nossos dados não corroboram os resultados oriundos de estudos que mencionam Portugal como um país que se situa na linha da frente na posse de media, designadamente em número de computadores portáteis pessoais (e.g., Livingstone, 2011; Ponte, 2011a; Ponte *et al.*, 2012). Atendendo às características das famílias, pode afirmar-se que não têm dificuldades financeiras, pelo que a reduzida quantidade de dispositivos media não se deve a esse facto. Os nossos resultados não confirmam uma relação direta entre rendimento familiar e quantidade de media disponível, como foi encontrado em outros estudos (Livingstone, 2002).

O reduzido número deve-se ao facto de pais/mães terem como princípio incentivar a prática de um valor, o da partilha. Esse valor é aplicado ao uso dos media nos seus contextos familiares, o que é muito bem aceite pelos filhos/filhas: “Eu acho que é suficiente ter uma televisão e um computador; partilhamos todos. Cada um tem a sua vez de estar, e os outros, quando não, não ‘tão brincar também vemos eles, por exemplo a jogar ou a ver os filmes que eles queiram” (filha C6<sup>1</sup>). Este mesmo princípio norteia tanto a localização, como o tempo de exposição dos media nestas famílias, como veremos adiante.

De salientar que o valor da partilha não está associado nem a comportamentos de competição no uso dos media, nem a ambientes familiares conflituosos. Assim, os resultados da amostra em estudo não corroboram a perspectiva de Mesch (2006a), que afirma que há maior concorrência pelo uso dos media quando a família é numerosa,

1. De forma a manter o anonimato, optou-se por identificar as famílias por letras e a cada filho/filha acrescentava-se um número, sendo que filhos/filhas eram numerados em ordem crescente dos mais novos para os mais velhos – por exemplo, na família Z, havia o pai Z, mãe Z, filho/a Z1, filho/a Z2 e assim sucessivamente.



e que a partilha no acesso aos media pode ser entendida pelos jovens como uma restrição à autonomia Mesch (2006a). Os participantes do nosso estudo não revelaram a limitação referida por Mesch, porque a importância da prática da partilha é fomentada desde a infância nos contextos familiares. Por isso, é comum escutar pais/mães e filhos/filhas mencionarem que o facto de haver apenas um computador para todos é positivo, pois permite a partilha. O que ouvimos corrobora a ideia de que as famílias numerosas são constituídas por “pessoas que compartilham sentimentos e valores formando laços de interesse, solidariedade e reciprocidade” (Simionato & Oliveira, 2003).

Foi também observado que as decisões sobre a qualidade dos media podem contrariar a vontade dos filhos/filhas, pelo que as crianças não surgem como variável pertinente na etapa da “pré-adoção” dos dispositivos mediáticos (Rompaey, Roe, & Struys, 2002). Apesar da prática do diálogo familiar, são os/as pais/mães quem decide, como revelam os excertos das entrevistas: “Quem decidiu ter a televisão cá em casa, foi a [mãe]” (pai C); “Quem decidiu [a compra da televisão] foi o meu pai” (filha F6). Após a “adoção” dos media, os pais/mães têm também um papel ativo no seu uso, no sentido de minimizarem ao máximo interferências que os media possam causar no contexto familiar ao nível da rotina, valores, envolvimento da família, interação, negociação, tensões e conflitos.

#### **4.3.2. Localização dos dispositivos media**

Em relação à localização, os resultados mostram que as famílias colocam os dispositivos media principalmente em espaços partilhados, caracterizados por serem zonas abertas da casa, locais acessíveis de forma fácil e rápida, como é o caso da sala de estar, e não em espaços privados, fechados e de acesso restrito, como o quarto (cf. Hall, 1990).

Alocar os media em espaços públicos permite de novo a praxis da partilha, que é grandemente fomentada no contexto familiar. Segundo as famílias, partilhar permite o exercício da “solidariedade” (mãe G), “participação” (pai A) e “bem comum” (mãe G; pai A), pelo que é incrementado o comportamento da partilha em detrimento do de competição. A maioria das famílias não coloca a possibilidade de alocar os media em locais privados da casa (mãe C), que entendem ser espaços que favorecem o “isolamento” e impedem a “partilha” (mãe G), ou a realização de outras atividades como “ler” (filho E3).

Os resultados encontrados não corroboram a ideia de que Portugal é um país onde existem mais media em espaço privados, como é exemplo o quarto (e.g., Livingstone, 2011; Ponte, 2011a, 2011b; Ponte *et al.*, 2012). É ainda de salientar que, na maioria das famílias, a instalação da televisão e da internet é feita em espaço partilhado e não transita para um espaço privado. Podem, no entanto, passar a estar localiza-

das no escritório, definido por estas famílias como um espaço partilhado, sendo os equipamentos lá instalados de acesso livre a toda a família.

Do ponto de vista da proxémica, os resultados mostraram que a forma como as famílias dispõem do espaço de características semifixas indica que privilegiam aquele espaço informal que permite uma relação íntima e pessoal entre os elementos familiares (cf. Hall, 1990). Por outro lado, os resultados não refletem nem a perspectiva de “privatização, individualização e consumismo” (Livingstone, 1998, p. 447), nem a consequência de que “a profusão de portáteis e de redes domésticas favoreceu a mobilidade e a privacidade do acesso à internet” (Ponte *et al.*, 2012, p. 24).

As entrevistas e a observação revelam ainda que pais/mães querem criar um ambiente familiar que expresse comunicação, relacionamento familiar, e que combata o sentimento de isolamento. Por isso, pais/mães discordam que se coloque os dispositivos media em espaços privados. Segundo pais/mães, os espaços privados são ambientes que não proporcionam comunicação, partilha entre a família, e que estimulam a criação de mentalidades individualistas, suprimindo o diálogo. Por tudo isto, os media têm que estar em espaço partilhados, como são reveladores excertos das entrevistas: “não há necessidade de ter no quarto, porque eu acho que no quarto a pessoa fica isolada; então, não, não partilha com o resto da família e acho que não... Acho que ‘tamos agora a entrar nesta sociedade, assim que cada um tem as suas coisinhas, e não é a minha opinião’ (mãe G); “Não, não acho necessário. Porque eu quando vou para o quarto, eu quero é ler... Eu tenho... eu gosto muito de ler... e não acho que uma televisão, fosse necessário no quarto” (filho E3).

Pontualmente, a figura do pai pode assumir maior importância do que o da mãe, revelando tanto a desigualdade de género notada de forma geral no contexto familiar português (Wall, 2005), como a ideia transmitida pela Igreja Católica de que a “debilidade da figura do pai em muitas famílias gera fortes desequilíbrios no núcleo familiar e incerteza identitária nos filhos” (Sínodo dos Bispos, 2014, p. 27). Excertos das entrevistas revelam tudo isso: “Costuma ser mais o meu pai a decidir [sobre a compra]. Por exemplo, o computador. Então, a gente escolhe, depois o meu pai vê se se adequa, ou não (risos) o preço” (filha F3); “É o meu pai quem decide que devia ser assim [quantidade, tipos e localização] e pronto!” (filha A3); “O meu pai que decide onde a coloca [televisão]” (filha F3).

#### 4.3.3. Tempo dos dispositivos media

Face ao tempo despendido com os media, os questionários mostram que, a nível nacional, a maioria das famílias dedica à televisão, por dia, entre trinta minutos e uma hora: 31% dos pais/mães e 35% dos filhos/filhas. À internet 34% dos pais/mães navegam até trinta minutos e 28% dos filhos/filhas navegam entre trinta minutos e uma hora. Ver televisão três ou mais horas diárias ocorre apenas em 2% dos pais/mães e 5% dos filhos/filhas; em relação à internet, relatam fazê-lo 5% dos pais/mães e 10%

dos filhos/filhas. De referir ainda que há famílias que não se expõem à televisão: 7% dos pais/mães e 4% dos filhos/filhas. Relativamente à internet, também não a usam 11% dos pais/mães e 6% dos filhos/filhas.

As entrevistas e os diários de campo confirmam a tendência do reduzido tempo dedicado aos media, como se pode observar na Tabela 3. Dez dos 25 filhos/as entrevistados/as não dedicam tempo nem à televisão nem à internet. Dos 14 pais/mães entrevistados/as, quatro pais/mães não dedicam tempo à televisão e três não utilizam a internet. A grande maioria não destina mais de duas horas do seu tempo diário à televisão e à internet em conjunto.

Tabela 3. Tempo despendido com os dispositivos media

	Tempo diário com a televisão					
	0 horas	Até 30 min	30 min- 1 hora	1 hora- 2 horas	2 horas- 3 horas	3 horas ou mais
Filhos/as	10	1	6	7	1	0
Pais/Mães	4	2	2	6	0	0
	Tempo diário com a internet					
	0 horas	Até 30 min	30 min- 1 hora	1 hora- 2 horas	2 horas- 3 horas	3 horas ou mais
Filhos/as	10	2	6	5	0	2
Pais/Mães	3	7	1	2	1	0

*N* = 39

Os dados permitem concluir que nos deparamos com uma baixa exposição mediática quando comparada com a maioria dos portugueses que vê mais de quatro horas diárias de televisão ou navega mais de duas horas na internet, sendo que o uso da internet pode chegar a uma média de cinco horas diárias (*Marktest*, 2014; *Marktest*, 2012; *Marktest*, 2013). Em 2008, 21% portugueses afirma dedicar diariamente três ou mais horas do seu ao ecrã televisivo e 27% entre duas a três horas (Cardoso & Espanha, 2009a, 2009b). Em 2012, estudos mostram que os portugueses, em média, dedicaram diariamente mais de quatro horas a ver televisão (Audiência Tv em 2011 e 2012, 2013). Em 2018, o tempo médio de exposição diária à internet foi de 6h38 por dia (Kemp, 2019) e à televisão de 4h47m por dia (*Meios & Publicidade*).

Em relação ao período durante a semana em que se despende mais tempo com a televisão, dados recolhidos com base nos diários de campo mostram que pais/mães e filhos/filhas veem mais televisão durante a semana do que ao fim de semana. A internet também é usada mais durante a semana do que ao fim de semana.

A percentagem de indivíduos que veem televisão, ao fim de semana, baixa quando comparada com os dias da semana. Estes resultados evidenciam os dados obtidos pelos diários de campo e pelas entrevistas, nos quais os participantes referem que há atividades mais interessantes para fazer do que usar os media, como explicitaremos mais à frente.

Em relação ao período do dia em que pais/mães e filhos/filhas usam a televisão, os dados revelam que, de segunda a sexta-feira, a maioria dos pais/mães e dos filhos/filhas expõe-se à televisão principalmente no período da noite, considerado entre as 19h00 e as 00h00. Segue-se, no caso dos pais/mães (11%), o período da manhã e no, dos filhos/filhas (14%), o da tarde. Ao fim de semana, a maioria dos pais/mães prefere ver televisão à tarde e os filhos/filhas de manhã.

Para estas famílias, cumpridas as responsabilidades escolares e tarefas domésticas, o tempo restante deve ser dedicado à família e não aos media. O significado que atribuem ao tempo está imbuído de valores oriundos da Doutrina Católica: o tempo é um “valor”, é “concebido por Deus”, devendo ser empregue a realizar atividades livres de índole instrutivo como ler, a conversar com a família e amigos, estudar, a participar em atividades como o escutismo ou a catequese. Nas palavras dos participantes:

- “é uma matriz cristã, portanto nós, enquanto cristãos, não podemos desperdiçar o tempo... não poderemos desperdiçar o tempo, porque ele é dado de graça... É um dom de Deus, temos que o fazer render, não é? E como é que a gente o pode fazer render? Temos que ver como é que o gastamos, no sentido em que esse tempo seja, de facto, bom para nós e seja bom para os outros, não é? E se não for bem gerido, não é? Se eu passar um dia, e quatro horas, em frente à internet, ou duas ou três, ou até meia hora, e se não houver uma causa para que assim seja aquele tempo está a ser... tou a ser um mau administrador do meu tempo, não é? Portanto, alguém vai ficar a perder. Às tantas deixei de estar com o meu irmão... Alguém ficou a perder” (pai D);
- “O tempo é um grande valor que nós temos, e não podemos desperdiçá-lo assim à toa! ... aproveitem bem o tempo ‘tá um bocado relacionado com toda a fé, e não fazia sentido eu, hum, acreditar naquilo que acredito e deixá-los andar pra aí ao Deus dará, assim a... A perder tempo, não é?” (mãe D).

A atitude face à utilização dos media em termos de tempo despendido nas famílias numerosas católicas portuguesas diferencia-se da encontrada noutros estudos, nos quais se concluiu que os indivíduos dedicavam mais tempo aos media do que à família (Roberts, 2000). Diferencia-se da assimilação do tempo familiar ao tempo dos media encontrada nesse estudo, e que reduz o tempo que os pais e filhos estão juntos.

Por outro lado, o tempo dedicado aos media é considerado como tempo que se desperdiça e nefasto:

- “Só para estar ali sem fazer nada normalmente chama-se preguiça, não é? Acaba por ser uma preguiça... Não se quer levantar e há uma série de coisas para fazer, mas ‘tá-se ali... A tendência acaba por ser uma preguiça de uma forma diferente, não é? ... Porque o tempo quando chega ao fim do dia, só são vinte e quatro horas e a gente ou o gasta bem gasto ou então já passou e é desperdiçado, portanto não pode haver desperdícios, não é?” (pai D).

O significado atribuído ao tempo conduz ainda a uma exposição à televisão e à internet com determinada especificidade. Os conteúdos visualizados são essencialmente de teor instrutivo, tais como informações profissionais, que podem auxiliar a realizar tarefas escolares ou a preparar a catequese. Apesar de alguns entrevistados terem conta no Facebook, Twitter ou Instagram, a maioria não tem e não vê qualquer interesse em ter conta nas redes sociais. Justificam essa opção porque consideram ser um meio “desnecessário” e também porque ocupam tempo, tempo que preferem utilizar com outras atividades, relacionadas com a família e com a Igreja:

- “Não perdem muito tempo, pronto! Neste caso, na internet ou na televisão. Nesse tempo, nós temos de aproveitar para conversar, para falar sobre a nossa vida, os problemas, para rezar” (pai F);
- “Pensar se há muito tempo para rezar, e rezo aqui em casa, em vez de ‘tar na internet. Hum, também passo mais tempo com a família do que estar na internet e na televisão. E acho que tem influência. Eu rezo com a minha mãe e com a minha irmã, ao ir para a escola, de manhã, antes das refeições e à noite com a minha família” (filha F6).

Por fim, havendo, como já foi referido, mais utilizadores do que dispositivos media, o tempo de uso tem que ser necessariamente dividido entre todos. Na maior parte das vezes não é necessário que pais/mães estabeleçam quanto tempo cada um tem direito, porque filhos/filhas concordam e aceitam a orientação dos pais/mães para não passarem muito tempo com os media e dividam o tempo com outras atividades. É frequente que cada um tenha um período de tempo definido para visualizar determinado conteúdo: “Costuma ser uma hora e meia, uma hora para cada um, e de manhã não é nada. De manhã ajudamos, lemos, brincamos, e pronto!” (filho C5); “Durante as férias a minha mãe põe um tempo, para o computador. Costuma pôr (filho B4)”; “Eu posso ver de manhã [televisão]... E só podemos ver até às oito horas. Não ‘tou na internet, porque não preciso. Eu agora nesta idade não costumo ir” (filha B5); “Não, eles quando ‘tão lá eu pergunto: “Daqui a quanto tempo é que posso ir aí?” E eles dizem o tempo e, passado esse tempo, eu digo: “Já passou o tempo, agora sai...” Eles: “Ok, eu vou desligar e já vens aqui...” E eu vou” (filha C6).

#### 4.3.3.1. Controlo do tempo e do conteúdo dos dispositivos media

Com base na análise qualitativa, percebemos que estas famílias defendem que o tempo despendido nos media, bem como os conteúdos visualizados devem ser controlados, uma vez que usar estes dispositivos pode ser um desperdício de tempo, e podem ser visualizados conteúdos desadequados ou mesmo prejudiciais.

Pais/mães vigiam o tempo que filhos/filhas dedicam aos media: “Se ele [pai] via que estávamos muito tempo no telemóvel ou na internet, ou mesmo a trocar mensagens, ou assim, ele às vezes dizia-me: “Cuidado que estás a exagerar!” (filha F4); “Tem-se que criar regras, no sentido de dizer: “Olha estás a exagerar...” ou “Estás há

muito tempo aí no computador...”, ou não sei quê. Há um controlo, mas não há assim aquela regra “Hoje não vês, amanhã vês” (mãe G).

Pais/mães também vigiam o que filhos/filhas estão a visualizar: “Para além de fazer perder tempo, também, hum, mina. (risos baixos) Também acho que não é assim uma coisa assim tão, hum, inócua... que se possa ver assim, hum, a torto e a direito!” (mãe D); “Há coisas boas que nós também podemos ver, e também há coisas interessantes, como atualizarmo-nos, em relação ao mundo, e assim. Mas também há coisas negativas na internet, que, às vezes, prejudicam...” (filha F6).

O controlo do tempo dedicado aos media por parte de pais/mães permite preservar a família da “aceleração” que os media impõem “em todas as sociedades humanas” (Kerckhove, 1997, p. 244) e impede que os seus filhos/filhas se transformem em “consumidores inveterados” (Kerckhove, 1997, p. 185). Este controlo também tem uma função protetora, dado que os media trazem “o mundo exterior para dentro de casa, para dentro do eu” (Kerckhove, 1997, p. 185). Sem esquecer que ao ser exercido controlo relativamente ao tempo de uso dos media, surge, em simultâneo, a possibilidade de praticar a partilha, valor que norteia estas famílias e que tem origem na Doutrina Católica. Por outras palavras, quando um elemento da família está a utilizar um determinado dispositivo para, por exemplo, ver um filme tem consciência que o pode fazer durante um tempo definido, porque outro familiar pode também ele querer utilizar o mesmo dispositivo.

Salienta-se que, de acordo com a maioria dos pais/mães, também não tem sido necessário criar regras para o tempo de uso dos media porque a maioria dos filhos/filhas não revela forte predisposição para se exporem aos media por “muito tempo”. Essa ausência de vontade significa que há desinteresse e desmotivação pelo uso dos media, como resume uma das mães entrevistadas “Em termos de tecnologia, eles são até anti hum, pronto! Não são muito inseridos nessas coisas!” (mãe G).

De referir ainda que, para estes pais/mães, controlar o acesso dos filhos/filhas aos media constitui uma das funções que devem exercer enquanto responsáveis principais pela educação dos seus descendentes. Para estas as famílias, a educação é entendida como fundamental, como um valor (Dias, 2011).

Parece-nos que podemos concluir que a atitude dos pais/mães reflete o pensamento da Igreja Católica que estabelece que os progenitores são os responsáveis principais e insubstituíveis na educação dos filhos/filhas. São os progenitores que devem assumir a “missão educativa” no seio da família, sendo a família a plataforma para “o bem comum e constitui a primeira escola das virtudes sociais, de que todas as sociedades necessitam” (Conselho Pontifício Justiça e Paz, 2005, p. 167). Esta perspetiva foi encontrada nos discursos de pais/mães e filhos/filhas, assim como a ideia de que cabe aos pais/mães o dever de assegurar que a sua família utilize os media de modo “prudente” e “moderado”.

Pais/mães sentem-se na obrigação de, enquanto educadores, orientarem filhos/filhas no tempo de uso da televisão e da internet e de os protegerem à exposição, quer na televisão quer na internet, de conteúdos perigosos, tais como situações de assédio sexual ou pornografia. Tal atitude é recomendada pela Doutrina Católica, seguida por estas famílias, na qual se preconiza os pais têm o dever de proteger os filhos/filhas “contra a pornografia, as ameaças sexuais e outras insídias” (Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais, 2002, p. 8).

A moralidade do ato humano depende do objeto escolhido, do fim que se tem em vista (intenção) e das circunstâncias da ação, um pensamento que surge nas palavras de um participante e que representa os entrevistados: “Eu acho que ninguém abre um site desses [de pornografia] assim, de um momento para o outro. Acho que essa ideia de que, de repente ao irmos na internet e carregamos numa coisinha qualquer, aparece um site desses, acho que é uma ideia falsa, porque aquilo só nos aparece se nós quisermos mesmo encontrar aquilo, se nós quisermos encontrar aquilo, encontramos aquilo... se não quisermos, não é assim tão fácil. E não me sinto com necessidade de procurar, esse género de coisas” (filho C3). Este tipo de conteúdos não é consumido pelas famílias, nem existe propensão para isso: “Nunca temos tendência [ver pornografia]” (filha F3).

Pais/mães introduzem nos seus contextos familiares as práticas de princípios do catolicismo, tais como a questões da moral, fazer o bem ao próximo ou a questão da “dignidade da pessoa humana” (João Paulo II, 2005, p. 3). Ao mesmo tempo, perseguem o valor da “liberdade”, possibilitando o exercício do livre arbítrio, no qual estão subjacentes os conceitos da Doutrina Católica denominados de “consciência moral”, “juízo da razão”, que permitem à pessoa perceber o que está na base de determinado ato. No exercício do livre arbítrio, quando o indivíduo viola aquela liberdade e faz um mau juízo da razão, incorre no pecado, que mais não é do que “uma falta contra a razão, a verdade, a recta consciência” (*Catecismo da Igreja Católica*, 1999, p. 455). Estas famílias entendem que são responsáveis por conduzirem os filhos/filhas, face aos dispositivos media, a exercitarem o “juízo da razão”, a não violarem a liberdade e, dessa forma, não colocarem em causa a sua “dignidade humana”.

## Conclusões

Procuramos compreender o espaço e o tempo da televisão e da internet nas famílias numerosas católicas portuguesas, aferindo o papel da religião.

Uma primeira conclusão é que não existem muitos dispositivos media nas casas destas famílias, obrigando à sua partilha. Relativamente ao espaço, concluiu-se que os dispositivos se encontram maioritariamente no espaço partilhado por todos os membros da família e não num espaço privado. As famílias consideram que localizar os dispositivos media em espaços partilhados promove precisamente a prática da partilha e evita o isolamento. No que diz respeito ao tempo, conclui-se que o

tempo de exposição é reduzido: pais/mães e filhos/filhas veem igual período diário de televisão, entre trinta minutos e uma hora; quanto à internet, pais/mães navegam diariamente um máximo de trinta minutos, e filhos/filhas navegam um período igual ao da televisão, entre trinta minutos e uma hora.

O controlo efetuado pelos pais/mães integra-se na sua função de educadores, devendo assegurar que os pilares éticos e morais, de base Católica, guiem o seu dia a dia, designadamente na exposição aos media. Assim, alertam para a necessidade de localizar os media em espaço partilhados, despendendo tempo nos media com fins utilitários e utilizar as redes sociais para divulgar conteúdos que têm na sua essência valores que espelham a perspectiva da Igreja Católica. Em tudo isto seguem a orientação específica da Igreja Católica, que preconiza que o recurso à televisão e à internet deve ser restrito, moderado e numa linha evangelizadora (e.g., Bento XVI, 2009; João Paulo II, 2005; Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais, 2000).

Pais/mães não querem que a televisão e a internet sejam usadas de forma desregulada, mas como “instrumento de informação e formação, de guia e inspiração dos comportamentos individuais, familiares e sociais” (João Paulo II, 1990, pp. 19-20). E para as famílias o tempo deve ser utilizado para fazer coisas que agradem ao Senhor porque este tempo é Sagrado, colocando restrições no uso da televisão e da internet, que não detêm um papel de relevo nestas famílias.

Este estudo apresenta algumas limitações. Uma relaciona-se com o facto de nem todas as famílias da amostra nacional contactadas terem respondido aos questionários. Outra diz respeito ao número reduzido de entrevistados. Outra ainda relaciona-se com a desejabilidade social, que pode ter influenciado algumas respostas dos entrevistados.

Apesar das limitações, considera-se que este estudo permitiu conhecer contextos familiares em que o espaço e tempo dos media não obedecem à (aparente) tendência generalizada e maioritária, que se caracteriza pela omnipresença e omnipotência da televisão e da internet no seio das famílias. As famílias numerosas católicas portuguesas contrastam com essa utilização, ao colocar a televisão e a internet em espaços partilhados e ao reservar-lhes um papel secundário nas suas vidas, dedicando-lhes um período de tempo reduzido.

Como direções futuras, aponta-se a realização de estudos com dispositivos móveis e também de estudos com amostras com outras especificidades, o que permitirá identificar outras formas de utilização dos media que não se enquadram na (aparente) tendência generalizada e maioritária.

## Referências

- (2018). Audiências tv: os canais e programas mais vistos de 2017. Meios & Publicidade. Disponível em [www.meiosepublicidade.pt/2018/01/audiencias-tv-os-canais-programas-vistos-2017/](http://www.meiosepublicidade.pt/2018/01/audiencias-tv-os-canais-programas-vistos-2017/).



- (2018). Audiências tv: os canais e programas mais vistos pelos portugueses na última semana. *Meios & Publicidade*. Disponível em [www.meiosepublicidade.pt/2018/12/audiencias-tv-os-canais-programas-vistos-pelos-portugueses-na-ultima-sem-ana/](http://www.meiosepublicidade.pt/2018/12/audiencias-tv-os-canais-programas-vistos-pelos-portugueses-na-ultima-sem-ana/).
- (2017). A tv que os portugueses viram em 2016. *Meios & Publicidade*. Disponível em [www.meiosepublicidade.pt/2017/01/a-tv-que-os-portugueses-veem-em-2016/](http://www.meiosepublicidade.pt/2017/01/a-tv-que-os-portugueses-veem-em-2016/).
- (2014). 5,7 milhões de utilizadores de internet. *Marktest*. Disponível em [www.marktest.com/wap/a/pn/id1cad.aspx](http://www.marktest.com/wap/a/pn/id1cad.aspx).
- (2013). Audiência Tv em 2011 e 2012. *Marktest*. Disponível em [www.marktest.com/wap/a/n/id1ada.aspx](http://www.marktest.com/wap/a/n/id1ada.aspx).
- (2012). As audiências de Tv em 2011. *Marktest*. Disponível em [www.marktest.com/wap/a/n/id18ea.aspx](http://www.marktest.com/wap/a/n/id18ea.aspx).
- (1999). *Catecismo da igreja católica*. Coimbra: Gráfica de Coimbra.
- (1971). *Communio et progressio*. Disponível em [www.vatican.va/roman\\_curia/pontifical\\_councils/pccs/documents/rc\\_pc\\_pccs\\_doc\\_23051971\\_communio](http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_23051971_communio).
- Aboim, S. (2005a). As orientações normativas da conjugalidade. In K. Wall (ed.), *Famílias em Portugal* (pp. 169-229). Lisboa: Imprensa das Ciências Sociais.
- Aboim, S. (2005b). Dinâmicas de interação e tipos de conjugalidade. In K. Wall (ed.), *Famílias em Portugal* (pp. 231-302). Lisboa: Imprensa das Ciências Sociais.
- Amaro, F. (2014). *Sociologia da família*. Lisboa: Factor.
- Bell, J. (1997). *Como realizar um projecto de investigação*. Lisboa: Gradiva.
- Bento XVI (2009). *Novas tecnologias, novas relações: Promover uma cultura de respeito, de diálogo, de amizade*. Disponível em [http://w2.vatican.va/content/benedict-xvi/pt/messages/communications/documents/hf\\_ben-xvi\\_mes\\_20090124\\_43rd-world-communications-day.html](http://w2.vatican.va/content/benedict-xvi/pt/messages/communications/documents/hf_ben-xvi_mes_20090124_43rd-world-communications-day.html).
- Bossard, J. H. S., & Sanger, W. P. (1952). The large family system: A research report. *American Sociological Review*, 17(1): 3-9.
- Brito, R. & Dias, P. (2019). Crescer com tecnologias: Percepções, práticas e competências. *Eukidsonline*. Disponível em <http://fabricadesites.fesh.unl.pt/eukidsonline/wp-content/uploads/sites/36/2019/03/Crescer-com-as-Tecnologias.pdf>.
- Cardoso, G. & Espanha, R. (2009a). *A experiência televisa na sociedade em rede: A sociedade em rede em Portugal 2008*. Lisboa: OberCom.
- Cardoso, G. & Espanha, R. (2009b). *Multitasking e preferências de media na sociedade em rede: A sociedade em rede em Portugal 2008*. Lisboa: OberCom.

- Cardoso, G.; Espanha, R. & Lapa, T. (2007). *E-generation: Os usos de media pelas crianças e jovens em Portugal: Relatório final*.
- Cardoso, G.; Mendonça, S.; Lima, T.; Paisana, M. & Neves, M. (2014). *A internet em Portugal: Sociedade em rede 2014*. Lisboa: OberCom.
- Cardoso, G.; Mendonça, S.; Lima, T.; Paisana, M. & Neves, M. (2017). *Relatórios OBERCOM. Anuário da comunicação*. Lisboa: OberCom.
- Castells, M. (2004). *A galáxia internet: Reflexões sobre internet, negócios e sociedade*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Castells, M. (2005). *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra.
- Comissão Pontifícia dos Meios de Comunicação Social (1971). *Instrução pastoral "Communio et Progressio" sobre os meios de comunicação social*. Lisboa: Mandato do Concílio Ecuménico II do Vaticano.
- Conselho Pontifício Justiça e Paz (2005). *Compêndio da doutrina social da igreja*. Cascais: Principia.
- Creswell, J. (2003). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Cunha, I. (2011). *Memórias da telenovela: Programas e recepção*. Lisboa: Livros Horizonte.
- Cunha, V. (2005). A função dos filhos na família. In K. Wall (ed.), *Famílias em Portugal* (pp. 465-497). Lisboa: Imprensa das Ciências Sociais.
- Dias, M. (2011). Um olhar sobre a família na perspetiva sistémica: O processo de comunicação no sistema familiar. *Gestão e Desenvolvimento*, (19): 139-156.
- Drysdale, C. (1914). *The small family system, is it injurious or immoral?*. Disponível em <https://archive.org/details/smallfamilysyste00drys>.
- Drysdale, C.; Ellis, H.; Robinson, W. & Grotjahn, A. (1984). *Small or large families: Birth control from the moral, racial and eugenic standpoint*. Disponível em <https://archive.org/details/smallorlargefam01drysgoog>. (Trabalho original publicado em 1917)
- Durkheim, E. (1975). *Textes, fonctions sociales et institutions*. Paris: Minuit. (Trabalho original publicado em 1892).
- Durkheim, E. (2000). *As formas elementares da vida religiosa: O sistema totémico na Austrália*. São Paulo: Martins Fontes. (Trabalho original publicado em 1912)
- Fahey, T.; Keilthy, P. & Polek, E. (2012). *Family relationship and family well-being: A study of the families of nine year-olds in Ireland*. Dublin: University College Dublin, Family Support Agency. Disponível em [https://onefamily.ie/wp-content/uploads/2016/07/Family\\_Relationships\\_and\\_Family\\_Well-Being\\_Dec\\_2012.pdf](https://onefamily.ie/wp-content/uploads/2016/07/Family_Relationships_and_Family_Well-Being_Dec_2012.pdf).

- Francisco (2014). *Mensagem do santo Padre Francisco para o XLVIII dia mundial das comunicações sociais*. «Comunicação ao serviço de uma autêntica cultura do encontro». Disponível em [https://w2.vatican.va/content/francesco/pt/messages/communications/documents/papa-francesco\\_20140124\\_messaggio-comunicazioni-sociali.html](https://w2.vatican.va/content/francesco/pt/messages/communications/documents/papa-francesco_20140124_messaggio-comunicazioni-sociali.html).
- Francisco (2016). *Mensagem de sua santidade Papa Francisco para o 50º dia mundial das comunicações sociais* «Comunicação e Misericórdia: um encontro fecundo». *Fake news e jornalismo de paz*. Disponível em [http://file:///C:/Users/Aldriana/Downloads/papa-francesco\\_messaggio-comunicazioni-sociali\\_pt.pdf](http://file:///C:/Users/Aldriana/Downloads/papa-francesco_messaggio-comunicazioni-sociali_pt.pdf).
- Francisco (2017). *Mensagem do Papa Francisco para o 51ª dia mundial das comunicações sociais*. Tema: “Não tenhas medo, que Eu estou contigo” (Is 43, 5). “Comunicar esperança e confiança, no nosso tempo”. Disponível em <http://universovozes.com.br/editoravozes/web/view/BlogDaCatequese/wp-content/uploads/2017/05/papa-francesco-dia-da-comunica-social-2017.pdf>
- Francisco (2018). *Mensagem do Papa Francisco para o LII dia mundial das comunicações sociais*. Tema: «“A verdade vos tornará livres” (Jo 8, 32). *Fake news e jornalismo de paz*». Disponível em [https://w2.vatican.va/content/francesco/pt/messages/communications/documents/papa-francesco\\_20180124\\_messaggio-comunicazioni-sociali.html](https://w2.vatican.va/content/francesco/pt/messages/communications/documents/papa-francesco_20180124_messaggio-comunicazioni-sociali.html).
- Francisco (2019). *Mensagem do Papa Francisco para o LIII dia mundial das comunicações sociais*. *Somos membros uns dos outros” (Ef 4, 25): das comunidades de redes sociais à comunidade humana*. Disponível em [http://w2.vatican.va/content/francesco/pt/messages/communications/documents/papa-francesco\\_20190124\\_messaggio-comunicazioni-sociali.html](http://w2.vatican.va/content/francesco/pt/messages/communications/documents/papa-francesco_20190124_messaggio-comunicazioni-sociali.html).
- Giddens, A. (1997). *Sociologia*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Goody, J. (1995). *Família e casamento na Europa*. Oeiras: Celta.
- Hall, E. (1963). A system for the notation of proxemic behavior. *American Anthropologist*, 65(5): 1003-1026.
- Hall, E. (1990). *The hidden dimension*. United States of America: Anchor.
- Heyvaert, M.; Maes, B. & Onghena, P. (2011). Mixed methods research synthesis: Definition, frameworks, and potential. *Quality & Quantity*. Doi: 10.1007/s11135-011-9538-6.
- Hutchins, H. (2013). Cheaper by the dozen: Communication in large families. *Senior honors projects*: 1-17.
- Instituto Nacional de Estatística (2001). *Inquérito à ocupação do tempo: Principais resultados*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística.
- Instituto Nacional de Estatística (2004). *Sociedade da informação e do conhecimento: Inquérito à utilização de tecnologias da informação e da comunicação pelas famílias*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística.

- Instituto Nacional de Estatística (2013). *Sociedade da informação e do conhecimento: Inquérito à utilização de tecnologias da informação e da comunicação pelas famílias*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística.
- Instituto Nacional de Estatística (2014). *Sociedade da informação e do conhecimento: Inquérito à utilização de tecnologias da informação e da comunicação pelas famílias*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística.
- Instituto Nacional de Estatística (2017). *Sociedade da informação e do conhecimento: Inquérito à utilização de tecnologias da informação e da comunicação pelas famílias*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística.
- João Paulo II (1990). *Redemptoris missio*. Disponível em [www.vatican.va/holy\\_father/john\\_paul\\_ii/encyclicals/documents/hf\\_jp-ii\\_enc\\_07121990\\_redemptoris-missio\\_po.html](http://www.vatican.va/holy_father/john_paul_ii/encyclicals/documents/hf_jp-ii_enc_07121990_redemptoris-missio_po.html)
- João Paulo II (2005). *Carta apostólica: O rápido desenvolvimento*. Disponível em [http://w2.vatican.va/content/john-paul-ii/pt/apost\\_letters/2005/documents/hf\\_jp-ii\\_apl\\_20050124\\_il-rapido-sviluppo.html](http://w2.vatican.va/content/john-paul-ii/pt/apost_letters/2005/documents/hf_jp-ii_apl_20050124_il-rapido-sviluppo.html).
- Johnson, R.; Onwuegbuzie, A. & Turner, L. (2007). Toward a definition of mixed methods research. *Journal of mixed methods research*, 1(2), 112-133.
- Kemp, S. (2019). *Digital 2019. Essential insights into how people around the world use the internet, mobile devices, social media, and e-commerce*. Disponível em <https://heliocabralmarketeer.pt/wp-content/uploads/2019/02/Digital2019-Report-en.pdf>.
- Kerckhove, D. (1997). *A pele da cultura*. Lisboa: Relógio d'Água.
- Knowlton, C. (1832). *Fruits of philosophy*. San Francisco: The Reader's Library. Disponível em <https://archive.org/details/fruitsphilosoph00knogoog>.
- Lee, S. (2009). Online communication and adolescent social ties: Who benefits more from Internet use?. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14(3): 509-531.
- Lenhart, A.; Rainie, L. & Lewis, O. (2001). Teenage life online: The rise of the instant-message generation and the Internet's impact on friendships and family relationships. *Pew Internet & American Life Project*: 1-46.
- Livingstone, S. (2002). *Young people and new media*. California: Sage.
- Livingstone, S. (2011). Internet literacy: A negociação dos jovens com as novas oportunidades on-line. *MATRIZES*, 4(2): 11-42.
- Livingstone, S.; Haddon, L.; Görzig, A. & Ólafsson, K. (2011). *EU kids online: Final report*. London: London School of Economics & Political Science.
- Mesch, G. (2006a). Family characteristics and intergenerational conflicts over the Internet. *Information, Communication & Society*, 9(4): 473-495.

- Mesch, G. (2006b). Family relations and the Internet: Exploring a family boundaries approach. *The Journal of Family Communication*,6(2): 119-138.
- Morgan, D. (1996). *Family connections: An introduction to family studies*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Mullan, B. (1997). *Consuming television*. Oxford: Blackwell.
- Negroponte, N. (1996). *Ser digital*. Lisboa: Caminho.
- Nie, N.; Simpson, A.; Stepanikova, I. & Zheng, L. (2004). The ten years after the birth of the Internet, how do Americans use the internet in their daily lives?. *Stanford Center for the Quantitative Study of Society*: 2-20.
- OECD (2019). How's life in the digital age? Opportunities and risks of the digital transformation for people's well-being. *People's well-being*. Disponível em [https://read.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/how-s-life-in-the-digital-age\\_9789264311800-en#page1](https://read.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/how-s-life-in-the-digital-age_9789264311800-en#page1).
- OECD (2011). Doing better for families. Disponível em <http://dx.doi.org/10.1787/9789264098732-en>
- Os desafios pastorais da família no contexto da evangelização (2014). Disponível em [www.vatican.va/roman\\_curia/synod/documents/rc\\_synod\\_doc\\_20140626\\_instrumentum-laboris-familia\\_po.html#Conhecimento\\_e\\_recep%C3%A7%C3%A3o\\_do\\_Magist%C3%A9rio\\_sobre\\_a\\_abertura\\_%C3%A0\\_vida](http://www.vatican.va/roman_curia/synod/documents/rc_synod_doc_20140626_instrumentum-laboris-familia_po.html#Conhecimento_e_recep%C3%A7%C3%A3o_do_Magist%C3%A9rio_sobre_a_abertura_%C3%A0_vida)
- Osswald, H. (2015). Em torno da história da família. In O. M. Fernandes & C. Maia (eds.), *A família portuguesa no século XXI* (pp. 13-28). Lisboa: Parsifal.
- Parsons T. (1971). A estrutura social da família. In R. Ashen (ed.), *A família: Sua função e destino* (pp. 265-300). Lisboa: Edições Meridiano. (Trabalho original publicado em 1949)
- Paulo VI (1966). *Decreto inter mirifica sobre os meios de comunicação social*. Disponível em [www.vatican.va/archive/hist\\_councils/ii\\_vatican\\_council/documents/s/vat-ii\\_decree\\_19631204\\_inter-mirifica\\_po.html](http://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/s/vat-ii_decree_19631204_inter-mirifica_po.html).
- Paulo VI (1967). *Os meios de comunicação social*. Disponível em [www.vatican.va/holy\\_father/paul\\_vi/messages/communications/documents/hf\\_p-vi\\_mes\\_19670507\\_i-com-day\\_po.html](http://www.vatican.va/holy_father/paul_vi/messages/communications/documents/hf_p-vi_mes_19670507_i-com-day_po.html).
- Perista, H.; Cardoso, A.; Brázia, A.; Abrantes, M. & Perista, P. (2016). *Os usos do tempo de homens e de mulheres em Portugal*. Disponível em [http://cite.gov.pt/asstscite/downloads/publics/INUT\\_livro\\_digital.pdf](http://cite.gov.pt/asstscite/downloads/publics/INUT_livro_digital.pdf).
- Pinto, M. (2011). *Atualidade da Communio et progressio*. Disponível em [www.agencia.ecclesia.pt/noticias/dossier/atualidade-da-communio-et-progressio/](http://www.agencia.ecclesia.pt/noticias/dossier/atualidade-da-communio-et-progressio/).
- Pio XII (1957). *Carta encíclica Miranda Prorsus do santíssimo senhor nosso por divina providência Pio XII Papa aos veneráveis irmãos, patriracras, primazes,*

- arecebispos e bispos e outros ordinários do lugar em paz e comunhão com a sé apostólica sobre a cinematografia, a rádio e a televisão.* Disponível em [http://w2.vatican.va/content/pius-xii/pt/encyclicals/documents/hf\\_p-xii\\_enc\\_08091957\\_miranda-prorsus.html](http://w2.vatican.va/content/pius-xii/pt/encyclicals/documents/hf_p-xii_enc_08091957_miranda-prorsus.html).
- Ponte, C. (2011a). Acessos e literacias digitais: Resultados portugueses do inquérito europeu EU kids online. In S. Pereira (ed.), *Congresso nacional literacia, media e cidadania: Livro de actas* (pp. 23-38). Braga: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade.
- Ponte, C. (2011b). Uma geração digital? A influência familiar na experiência mediática de adolescentes. *Sociologia, Problemas e Práticas*, 65: 31-50.
- Ponte, C. & Batista, S. (2019). *Euko 2018 Portugal. Resultados gerais*. Disponível em <http://fabricadesites.fcsh.unl.pt/eukidsonline/wp-content/uploads/sites/36/2019/03/Resultados-Gerais.pdf>.
- Ponte, C.; Jorge, A.; Simões, J. & Cardoso, D. (2012). *Crianças e internet em Portugal*. Coimbra: Minerva.
- Ponte, C.; Simões, J.; Batista, S. & Jorge, A. (2017). *Crescendo entre ecrãs: Usos de meios eletrónicos por crianças (3-8 Anos)*. Disponível [www.erc.pt/documentos/Crescendoentrecras/files/downloads/crescendo-entre-ecras.pdf](http://www.erc.pt/documentos/Crescendoentrecras/files/downloads/crescendo-entre-ecras.pdf).
- Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais. (1992). *Instrução pastoral «Aetatis Novae»: Sobre as comunicações sociais no vigésimo aniversário de Communio et progressio*. Disponível em [www.vatican.va/roman\\_curia/pontifical\\_councils/pccs/documents/rc\\_pc\\_pccs\\_doc\\_22021992\\_aetatis\\_po.html](http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_22021992_aetatis_po.html).
- Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais. (2000). *Ética nas comunicações sociais*. Disponível em [www.vatican.va/roman\\_curia/pontifical\\_councils/pccs/documents/rc\\_pc\\_pccs\\_doc\\_20000530\\_ethics-communications\\_po.html](http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_20000530_ethics-communications_po.html).
- Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais. (2002). *Igreja e internet*. Disponível em [www.vatican.va/roman\\_curia/pontifical\\_councils/pccs/documents/rc\\_pc\\_pccs\\_doc\\_20020228\\_church-internet\\_po.html#\\_ftn49](http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_20020228_church-internet_po.html#_ftn49).
- Quivy, R. & Campenhoudt, L. (2008). *Manual de investigação em ciências sociais*. Lisboa: Gradiva.
- Roberts, D. (2000). Media and youth: Access, exposure, and privatization. *Journal of Adolescent Health*, 27(2): 8-14.
- Roe, K. (2000). Adolescents' media use: a European view. *Journal of Adolescent Health*, 27(2): 15-21.
- Rogers, E. & Nikkel, S. (1979). The housing satisfaction of large urban families. *Housing and Society*, 6(2): 73-87.

- Rompaey, V.; Roe, K. & Struys, K. (2002). Children's influence on internet access at home: Adoption and use in the family context. *Information, Communication & Society*, 5(2): 189-206. Doi: 10.1080/13691180210130770.
- Saraceno, C. & Naldini, M. (2003). *Sociologia da família*. Lisboa: Estampa.
- Saxbe, D.; Graesch, A. & Alvik, M. (2011). Television as a social or solo activity: Understanding families' everyday television viewing patterns. *Communication Research Reports*, 28(2): 180-189.
- Segrin, C. & Flora, J. (2005). *Family communication*. London: Lawrence Erlbaum.
- Silverstone, R. & Hirsch, E. (1992). *Consuming technologies: Media and information in domestic spaces*. London: Routledge.
- Simionato, M. & Oliveira, R. (2003). Funções e transformações da família ao longo da história. *I Encontro Paranaense de Psicopedagogia*: 57-66.
- Sínodo dos Bispos (2014). Os desafios pastorais da família no contexto da evangelização. Cidade do Vaticano. Disponível em [www.paroquias-sintra.pt/actualidade/instrumentum-laboris](http://www.paroquias-sintra.pt/actualidade/instrumentum-laboris).
- Sousa, C. (2014). *Audiências Tv em 2013: saiba quais foram os programas mais vistos do ano*. Disponível [www.zapping-tv.com/audiencias-tv-em-2013/](http://www.zapping-tv.com/audiencias-tv-em-2013/).
- Sousa, C. (2019). *Saiba como ficaram as audiências em 2018*. Disponível em [www.zapping-tv.com/consolidado-saiba-como-ficaram-as-audiencias-em-2018/](http://www.zapping-tv.com/consolidado-saiba-como-ficaram-as-audiencias-em-2018/).
- Tashkori, A., & Teddlie, C. (2003). Issues and dilemmas in teaching research methods courses in social and behavioural sciences: US perspective. *International Journal of Social Research Methodology*, 6(1), 61-77.
- Toffler, A. (1984). *A terceira vaga*. Lisboa: Livros do Brasil.
- van Dijk, T. (2000). *Cognitive discourse analysis*. Disponível em [www.discursos.org/unpublished%20articles/cogn-dis-anal.htm](http://www.discursos.org/unpublished%20articles/cogn-dis-anal.htm).
- van Dijk, T. (2006). Discourse, context and cognition. *Discourse Studies*, 8(1): 159-177.
- van Dijk, T. (2013). Análise crítica do discurso multidisciplinar: Um apelo em favor da diversidade. *Linha d'Água*, 26(2): 351-381. Disponível em [www.revistas.usp.br/linhadagua/article/view/65164/71595](http://www.revistas.usp.br/linhadagua/article/view/65164/71595).
- Wall, K. (ed.) (2005). *Famílias em Portugal*. Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais.
- Wall, K. & Guerreiro, M. (2005). A divisão familiar do trabalho. In K. Wall (ed.), *Famílias em Portugal* (pp. 303-362). Lisboa: Imprensa das Ciências Sociais.