



Helio Mauricio de Souza Vasconcellos

**Jovens e sua Percepção sobre Programas de Televisão:
uma análise exploratória a partir de um mapeamento
multidimensional**

Dissertação de Mestrado

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre pelo Programa de Pós-graduação em Administração de Empresas do Departamento de Administração da PUC-Rio.

Orientador: Prof. André Lacombe Penna da Rocha

Rio de Janeiro

Abril de 2007



Helio Mauricio de Souza Vasconcellos

**Jovens e sua Percepção sobre Programas de Televisão:
uma análise exploratória a partir de um mapeamento
multidimensional**

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre pelo Programa de Pós-graduação em Administração de Empresas da PUC-Rio. Aprovada pela Comissão Examinadora abaixo assinada.

Prof. André Lacombe Penna da Rocha
Orientador
Departamento de Administração – PUC-Rio

Prof. Everardo Pereira Guimarães Rocha
PUC-Rio

Profª. Leticia Moreira Casotti
UFRJ

Prof. João Pontes Nogueira
Vice-Decano de Pós-Graduação do CCS

Rio de Janeiro, 02 de abril de 2007

Todos os direitos reservados. É proibida a reprodução total ou parcial do trabalho sem autorização da universidade, do autor e do orientador.

Helio Mauricio de Souza Vasconcellos

Possui graduação em Tecnólogo em processamento de dados pela Pontifícia Universidade Católica (1982), MBA com especialização em varejo pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (1991).

Ficha Catalográfica

Vasconcellos, Helio Mauricio de Souza

Jovens e sua percepção sobre programas de televisão: uma análise exploratória a partir de um mapeamento multidimensional / Helio Mauricio de Souza Vasconcellos ; orientador: André Lacombe Penna da Rocha. – 2007.

81 f. ; 30 cm

Dissertação (Mestrado em Administração) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2007.

Inclui bibliografia

1. Administração – Teses. 2. Jovens. 3. Percepção. 4. Programas de TV. 5. Escalonamento multidimensional. I. Rocha, André Lacombe Penna da. II. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Departamento de Administração. III. Título.

CDD: 658

Agradecimentos

Ao meu orientador, André Lacombe, pela dedicação, atenção e carinho de sempre.

À PUC-Rio, pelos auxílios concedidos, sem os quais este trabalho não poderia ter sido realizado.

Aos colegas e professores que me ajudaram neste trajeto.

Resumo

Vasconcellos, Helio Mauricio de Souza; da Rocha, André Lacombe Penna (Orientador). **Jovens e sua Percepção sobre Programas de Televisão: uma análise exploratória a partir de um mapeamento multidimensional**. Rio de Janeiro, 2007. 81p. Dissertação de Mestrado – Departamento de Administração, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

O presente trabalho estuda a percepção do público jovem em relação a programas de televisão desenhados para este segmento. A concepção de juventude seguiu a definição das Nações Unidas, que a define como a fase compreendida entre as idades de 15 e 24 anos e que no Brasil estima-se representar 18% da população. Além de conceituar a juventude sob diversas óticas e identificar o seu perfil atitudinal segundo crenças, comportamentos e valores, cobertos por uma revisão bibliográfica, foi realizado um trabalho de campo com 3 grupos de foco. Estes grupos foram expostos a um exercício de classificação por associações e dissociações de diferentes programas da televisão brasileira, resultando em mapas de posicionamento. A técnica utilizada foi o mapeamento multidimensional, realizada de forma qualitativa. O resultado permitiu avaliar o grau de aderência dos programas exibidos na televisão aberta às expectativas e percepções do público jovem. São sugeridos ajustes nas programações disponíveis na televisão aberta com base nas opiniões expostas por estes grupos.

Palavras-chave

Jovens; percepção; programas de TV; escalonamento multidimensional.

Abstract

Vasconcellos, Helio Mauricio de Souza; da Rocha, André Lacombe Penna (Advisor). **The young and their Perception about TV Programs. An exploratory analysis from a multi dimensional mapping.** Rio de Janeiro, 2007. 81p. MSc. Dissertation – Departamento de Administração, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

This present work studies the young audience's perception of TV programs designed to this segment. The definition of youth herein exactly follows that of UN - people falling between the ages of 15 and 24 years inclusive - and in Brazil, 18% of the population are estimated to be young. Besides formulating concepts of youth from different standpoints and identifying their attitudinal profile based on creed, behavior and values, covered by a bibliographic revision, a field work was done focused on three selected groups. Those groups were exposed to a categorizing exercise, associating and disassociating different Brazilian TV programs, ending up on placement maps. The used technique was the multidimensional mapping, oriented by the qualitative approach. The result allowed evaluating the degree of adhesion among the young audience to the current broadcast TV programs, face to their expectations and perception. Some adjustments are suggested to the available broadcast TV programming guide based on those groups' opinions.

Keywords

Young people, perception, TV programs, multidimensional scalling.

Sumário

1. Introdução	8
1.1. Formulação do Problema	8
1.2. Objetivo Final	11
1.3. Objetivos Intermediários	11
1.4. Relevância do Estudo	12
1.5. Delimitações do Estudo	13
2. Revisão da Literatura	15
2.1. O Universo do Jovem e sua Definição	15
2.2. A Representatividade do Jovem na População Nacional	17
2.3. A Juventude e a Adolescência	18
2.4. Comportamento Jovem	20
2.5. O Jovem como Consumidor	25
2.6. Mídia e Juventude	28
2.7. O Papel da Televisão como Fonte de Informação	33
2.8. Programação Disponível para o Público Jovem	34
2.9. Valores e Comportamentos dos Jovens com a Mídia Televisa	38
3. Metodologia	41
3.1. Pesquisa Qualitativa	41
3.2. Universo e Amostra	46
3.3. Seleção dos Sujeitos	47
3.4. O Procedimento da Coleta de Dados	48
3.5. Análise dos Dados	49
3.6. Limitações do Método	50
4. Análise dos Dados	51
4.1. Programas avaliados	51
5. Resultados dos Grupos de Foco	53
5.1. Grupo Focal 1	53
5.2. Grupo Focal 2	57
5.3. Grupo Focal 3	60
5.4. Resultados da Pesquisa Comportamento e Hábitos dos Jovens	64
6. Conclusões e Recomendações	65
6.1. Considerações Finais e Recomendações	68
Referências bibliográficas	74
Anexos	78