

# 1 Introdução

“Telespectadores cheguei! Modéstia à parte, vim para brilhar mais, sabe... A explicação é simples: eu tenho o novo cinescópio Showcolor com Black Matrix. Nele o contraste é melhor... as cores são mais nítidas, mais brilhantes e naturais... uma beleza... Agora dê uma olhada no meu perfil... Você logo vai notar que eu sou mais esbelta... mais compacta... o tipo mignon... Meus controles são automáticos e minha imagem não treme diante de ninguém... Ah, e o meu sucesso já começou... Já estão até me pedindo autógrafo! Por falar nisso, aqui vai um autógrafo especialmente para você.”

Estas frases são de um anúncio de um aparelho de televisão lançado na década de 70. Cheio de sofisticções para a época, esse aparelho de TV foi lançado vinte anos após um brasileiro sintonizar pela primeira vez um canal de televisão. Cores mais vivas, sons mais reais, a TV vem passando por aprimoramentos tecnológicos desde a sua criação. Baseada no modelo da radiodifusão, que permite apenas transmissão de sinal, a televisão rapidamente ganhou fama e se tornou peça essencial nos lares brasileiros.

Em paralelo a essas mudanças, outros meios de comunicação,<sup>1</sup> como, por exemplo, a internet, surgiram e novos discursos começaram a se formar. Apesar do telefone já existir a 126 anos, foi com o sucesso da internet que o discurso da interatividade se popularizou.

Fundamentada no mesmo modelo do telefone, que permite transmissão e recepção de sinais, a internet instaura um padrão de interatividade antes nunca experimentado pelas pessoas. A televisão, incapaz de estabelecer um diálogo interativo com o telespectador e incomodada com o sucesso da internet, passa a incorporar esse discurso.

Segundo Silvio Pereira, Gerente de Pesquisa e Desenvolvimento da Central Globo de Engenharia, para a TV ser considerada realmente um veículo interativo ela teria que ser capaz de permitir alterações e interferências do telespectador por meio do próprio aparelho televisor; e é por isso que a televisão interativa, propriamente dita, ainda não existe.

Na ausência de uma tecnologia que permita uma televisão verdadeiramente interativa, telejornais e programas se apropriam do discurso da

---

<sup>1</sup>Meio de comunicação: veículo, meio, através do qual mensagens podem ser transmitidas e/ou recebidas.

interatividade para pedir a participação dos telespectadores no conteúdo de suas produções. Assim, através do uso da internet, do telefone e de qualquer outra tecnologia que seja essencialmente interativa, a televisão vem tentando estabelecer um contato mais individualizado com o telespectador.

Por trabalhar em televisão e ver, no meu dia-a-dia, o crescimento do uso do discurso da interatividade, fiquei curiosa em saber como os telespectadores estão percebendo isso. O que eles estão achando, se estão gostando, enfim, de que forma eles estão reagindo ao discurso da interatividade de que a televisão se apropriou. Por esse motivo escolhi o departamento de psicologia para estudar o meu tema, já que não interessa para a comunicação saber o que está acontecendo internamente com o sujeito, se ele está mudando com a introdução de novas tecnologias, na forma dele se ver, se relacionar ou de pensar o mundo.

O que se segue é uma pesquisa sobre o uso do discurso da interatividade pela televisão brasileira e a percepção dos telespectadores em relação a este uso.

Intitulado “A TV na era da interatividade. O início de um novo discurso” o segundo capítulo apresenta um pequeno histórico da internet e da televisão e suas principais características. Feito isso, mostro de que forma a televisão vem utilizando a palavra interatividade em seu discurso para, em seguida, apresentar as idéias de multimídia e convergência dos autores Pierre Lévy e Manuel Castells.

O terceiro capítulo, “Investigando o discurso da interatividade na televisão x telespectador”, é a pesquisa propriamente dita. Primeiramente exponho os objetivos do trabalho, para a seguir apresentar a metodologia utilizada, que vem a ser qualitativa. A metodologia é dividida em sujeitos, instrumento, procedimentos e análise do material. Após essas explicações são apresentados os resultados mais relevantes da pesquisa.

O quarto e último capítulo, “Retomando os resultados à luz do que é dito sobre interatividade” é dedicado à discussão dos resultados obtidos. Neste capítulo são retomados alguns aspectos teóricos discutidos no segundo capítulo, a fim de relacioná-los com os resultados da pesquisa.

Apenas a título de curiosidade, encerro esta introdução com um discurso de interatividade proferido por um canal de TV.

“Pra toda ação, há uma reação. Como na Sky onde você aperta um botão e tem legenda ou sinopse na tela. A vida é interativa. A TV da sua vida também tem que ser. Sky, a TV sem limites”.

Passemos ao próximo capítulo!