

3

Investigando o discurso da interatividade da televisão x telespectador

Até a data de elaboração dessa dissertação, não há registro de estudos sobre a forma como os telespectadores estão percebendo o discurso da interatividade usado pela televisão brasileira. A falta de material sobre o assunto foi a maior dificuldade dessa pesquisa.

Cabe ressaltar que não levei em consideração, como referência de estudo, os trabalhos encontrados sobre televisão interativa¹. Meu estudo é focado no que as pessoas pensam sobre o discurso que a TV vem utilizando, e não no aspecto tecnológico e mercadológico dessa mídia. Para minha pesquisa o importante era saber como os telespectadores estavam percebendo esse discurso.

Como os programas de TV estão utilizando a terminologia “interatividade” de diferentes maneiras, achei melhor definir o significado desta palavra. Por meio da definição de Pierre Lévy, cheguei ao entendimento de interatividade como uma troca simples entre emissor e receptor, onde a mensagem é função de um contexto entre dois agentes.

Feito isso, parti para o entendimento do processo do modelo de radiodifusão, dando que a mídia televisão é baseada em um modelo de mão única, onde a mensagem é transmitida para os telespectadores sem que estes possam retransmiti-la de volta para a televisão.

Com estes conceitos em mente, parti para a pesquisa de campo, a fim de encontrar a resposta do objetivo deste trabalho que é: de que forma os telespectadores estão percebendo o discurso da interatividade usado pela televisão brasileira?

Para encontrar tal resposta, utilizei a metodologia a seguir.

¹ Conforme explicitado no capítulo 2, televisão interativa é qualquer conjunto de recursos que possibilita ao telespectador a interação, através do próprio aparelho de televisão, com os provedores deste serviço.

3.1. Metodologia

Com o objetivo de investigar como os telespectadores estão percebendo o discurso da interatividade do qual a televisão se apropriou, adotei a metodologia de pesquisa qualitativa. Essa pesquisa se caracteriza por identificar de forma mais aprofundada as necessidades e as reações subjetivas das pessoas. O tipo de pesquisa qualitativa escolhido por mim foi o da técnica de análise do discurso proposto por Nicolaci-da-Costa (1989 e 1994).

3.1.1. Sujeitos

Todas as entrevistas foram realizadas face-a-face. Como trabalho em televisão, achei melhor entrevistar pessoas desconhecidas, isto é, sem vínculo comigo. Caso contrário, as respostas poderiam ser tendenciosas, dirigidas.

Para conseguir tais sujeitos, escolhi frequentar três lugares, todos localizados na cidade do Rio de Janeiro. O primeiro foi um campus universitário, o segundo, um bar da moda e o terceiro uma festinha na casa de uns amigos. Entretanto, as entrevistas foram realizadas em lugares escolhidos pelos entrevistados.

Para saber se o sujeito era adequado à minha pesquisa, estabeleci alguns critérios, como:

- 1- Eles deveriam assistir televisão e ter computador e telefone, seja fixo ou móvel. Como demonstrado no primeiro capítulo, essa característica específica é importante porque é através desses aparelhos que os programas televisivos vêm “dialogando” com o telespectador.
- 2- Eles deveriam ser usuários da internet há pelo menos dois anos. Tempo que considero necessário para que o sujeito tenha familiaridade e facilidade com o meio.
- 3- Por último, eles deveriam residir no Rio de Janeiro. Como meu grupo de estudo era pequeno, não me interessava estender o meu estudo a outras cidades brasileiras.

Não fazia diferença para minha pesquisa que os sujeitos tivessem uma idade definida. Como a faixa de idade dos telespectadores é variada, achei interessante aproveitar tal variedade para coletar diferentes percepções a respeito do meu tema. Por isso, as idades variam entre 25 anos e 70 anos.

Com base nesses critérios, realizei dez entrevistas – seis mulheres e quatro homens. Antes de todas as entrevistas, no entanto, eu expliquei que estava recrutando sujeitos para minha pesquisa de mestrado sobre televisão. Para não influenciar o discurso dos sujeitos achei melhor não revelar o meu tema específico.

3.1.2. Coleta de Material

Todas as dez entrevistas foram individuais e realizadas em locais escolhidos pelos próprios sujeitos. Nenhuma entrevista ultrapassou 30 minutos de duração.

Todas as perguntas foram feitas para todos os entrevistados, exceto quando ela era respondida espontaneamente pelo sujeito. Nas ocasiões em que isso ocorreu, a pergunta não foi feita. A ordem das perguntas também não foi considerada.

Para guiar a entrevista, elaborei um roteiro com 22 itens e o dividi em 2 blocos. O primeiro se caracterizava pela coleta de dados objetivos e individuais sobre o entrevistado, como sexo, idade, escolaridade e profissão. Já o segundo era caracterizado por itens que tinham como finalidade nortear o entrevistador. De acordo com o método proposto por Nicolaci-da-Costa, (1989), no qual me baseei, esse guia tem como objetivo principal permitir ao pesquisador formular as perguntas durante a entrevista. Esse método também permite manter a naturalidade da entrevista. Essa característica é importante porque o clima descontraído, que este tipo de entrevista proporciona, favorece a interação entre o pesquisador e o entrevistado, o que, de fato, ocorreu.

Além disso, esse instrumento de pesquisa permite que o pesquisador esclareça quaisquer respostas dúbias e até acrescente perguntas que ocorram no momento (o que não é possível quando lançamos mão de questionários e outros

instrumentos de coleta de dados), enriquecendo, desta forma, o processo de coleta de material.

Os tópicos abordados no segundo bloco foram:

Levantamento dos hábitos do telespectador:

Quando e por quanto tempo assiste à televisão

Faz alguma outra coisa enquanto assiste à TV (O quê?)

Tipos de programa que costuma assistir (Por quê?)

Programas prediletos

Programa que não perde por nada

Participação do telespectador nos programas de TV:

Como as pessoas podem participar dos programas de televisão

Se conhece algum programa que o telespectador pode participar

Caso o entrevistado tenha dito que assiste esses programas:

Por que assiste

Se já participou e de que forma

Diferença na forma de participação

Avaliação da participação

Caso o entrevistado tenha dito que não assiste esses programas:

Por que não assiste

O que acha sobre esses programas

Avaliação sobre eles

O que eles deveriam fazer para o telespectador participar

Interatividade e TV

Se já ouviu a palavra “interatividade”

Já escutou essa palavra na TV e o que ela significa

A TV é interativa? (opinião)

3.1.3.

Depoimentos Coletados

Usei o método da análise de discurso proposto por Nicolaci-da-Costa (1989 e 1994) para interpretar o material coletado, com base nas categorias recorrentes de respostas dadas pelos sujeitos. Cada uma das entrevistas realizadas foi transcrita na íntegra, preservando-se as características originais da fala dos

sujeitos, inclusive os erros de português. A fim de preservar a privacidade e evitar qualquer constrangimento para os entrevistados, seus nomes foram trocados.

Tal análise foi norteada pelos itens do roteiro de entrevistas, sendo a fala dos entrevistados submetida tanto à análise inter-sujeitos (visando encontrar tendências centrais assim como divergências frequentes), quanto à intra-sujeitos (a fim de se buscar quaisquer inconsistências).

Na etapa da análise inter-sujeitos, todas as respostas dadas por todos os sujeitos foram inicialmente organizadas de acordo com os itens do roteiro de entrevista. Desta forma, todas as respostas dos entrevistados ao primeiro item do roteiro foram analisadas como um bloco. Tal procedimento foi adotado com todos os demais itens, até que todas as respostas de todos os sujeitos tivessem sido devidamente analisadas.

Já a fase de análise intra-sujeitos se baseou na comparação de respostas dadas pelo mesmo sujeito a perguntas diferentes. Através dela, foi possível, em alguns casos, encontrar contradições dentro do discurso do entrevistado, contradições estas que puderam fornecer importantes informações à minha pesquisa.

3.2.

Resultados

3.2.1.

Hábitos ao assistir televisão

Todos os entrevistados informaram assistir televisão com mais frequência no horário noturno. A média de tempo assistindo TV é de três horas. A maioria dos entrevistados disse conseguir assistir e realizar outras atividades ao mesmo tempo, como ler, comer, conversar e acessar o computador. Este é o caso de Carla², 29 anos, assessora de imprensa.

“Às vezes eu leio ou estudo alguma coisa vendo televisão. Ou estou brincando com a Paloma, minha filha, ou estou lendo um livro, ou estou vendo alguma coisa de trabalho, ou estou com algum papel em frente da televisão.”

² Para preservar a identidade do entrevistado todos os nomes foram trocados.

Letícia, 70 anos, funcionária pública, vai mais longe e diz que escutar TV é a melhor maneira de assisti-la, principalmente quando ela está no computador.

“A coisa que eu mais faço é estar no computador. Eu não assisto TV, eu ouço. Esta é a melhor maneira de ver televisão.”

Outro entrevistado que também assiste TV e usa o computador ao mesmo tempo é André, 25 anos, analista de estudos técnicos.

“Se tiver alguém do meu lado eu até converso... Se eu tiver no computador eu vejo televisão e fico no computador”.

Priscila, 29 anos, professora, confessa que tem o hábito de deixar a TV ligada como companhia. Ao mesmo tempo, divide sua atenção com o uso do telefone e de outras atividades, como a leitura e a conversa com o seu marido.

“Converso com o meu marido, janto, leio revista. Às vezes eu deixo a TV ligada só para fazer barulho de fundo. Ah! Uma coisa que eu faço muito é falar no telefone enquanto a TV está ligada.”

A médica Adriana, de 35 anos, também diz que conversa com o marido enquanto assiste a TV.

“Costumo chegar tarde do trabalho. Por isso, costumo ligar a televisão e assistir o noticiário ao mesmo tempo que converso com o meu marido..”

3.2.2. Programas preferidos

Os programas mais assistidos, de acordo com os entrevistados, são os telejornais. Talvez até por causa da sua profissão, a resposta mais enfática para essa pergunta veio de Carla, 29 anos, assessora de imprensa.

“GloboNews, 24 horas no ar. Notícia. CNN. Alguma coisa... programas de entrevistas. Mesmo que não seja *talk show*. Mesmo que não seja notícia e alguns documentários.”

Não tão incisiva, Eliana, 31 anos, publicitária, começa respondendo que gosta muito de assistir novela para, em seguida, falar do jornal e de um programa de entrevistas.

“Tem a novela, tem o jornal e eu gosto muito do Jô Soares. Esse eu sempre assisto. Quase todo dia.”

O segundo programa mais assistido é a novela das oito, junto com os programas humorísticos, os documentários e os de entrevistas. Os programas esportivos só foram lembrados pelos homens. Apenas dois entrevistados disseram ter o hábito de assistir filme na TV, como é o caso de Maria, 28 anos, analista de sistemas.

“Eu gosto dessa novela das oito, da Grande Família e do Jornal da Globo, de meia-noite. Ah! Dos Normais e do Supercine também.”

Já André, 25 anos, analista de estudos técnicos, fala de futebol ressaltando em seguida a palavra esporte. Os documentários, jornais e a novela das oito também são lembrados.

“Futebol, esporte, documentários, jornal e novela quando estou do lado da minha namorada. Ela gosta de ver aí eu vejo também.”

Entretanto, apesar de serem os mais assistidos, os telejornais não foram lembrados quando os entrevistados foram perguntados sobre qual programa que mais gostam de assistir. A grande parte disse programas de entrevista, seguidos dos humorísticos e da novela das oito. Apenas dois entrevistados disseram gostar de assistir programas esportivos. Um deles é Victor, 28 anos, advogado, que diz:

“Ligado a esporte ou programas de entrevistas.”

Já a publicitária Eliana, 31 anos, prefere o estilo *talk show* de entrevista.

“Gosto muito do Jô Soares. Esse eu sempre assisto. Quase todo dia.”

A mais velha de todas as entrevistadas, Letícia, 70 anos, funcionária pública, gosta dos programas cômicos e dos programas de entrevista.

“Entrevista ou cômico.”

Grande parte dos entrevistados disse que assiste a esses programas porque quer aliar entretenimento com informação. Isso é facilmente percebido na resposta de Eliana, 31 anos, publicitária, onde ela verbaliza que prefere programas que unam informação com divertimento.

“Jô Soares... eu acho que une não só informação como é um divertimento. Então assim eu me divirto. Acho o Jô Soares engraçado e acabo me informando sobre um determinado assunto que, de repente, até então não me despertou curiosidade.”

Resposta semelhante é dada pela assessora de imprensa Carla, de 29 anos.

“Acho que você tem que aproveitar o momento que você está assistindo alguma coisa pra estar aprendendo alguma coisa. Eu não gosto da idéia de eu estar gastando o meu tempo assistindo algo só por diversão. Eu tenho que estar aprendendo alguma coisa. Então eu busco canais e espaços que eu possa estar unindo as duas coisas. Entretenimento por estar assistindo um pouco de televisão e tá também assimilando algum tipo de conteúdo.”

Quem também diz gostar de assistir programas que unam divertimento com informação é Marco, 32 anos, ator.

“Eu nunca tenho tempo para nada. Assistir televisão, às vezes, me dá uma sensação de estar perdendo o meu tempo. Por isso, quando eu posso, digo, quando estou com a TV ligada, eu prefiro programas que unam divertimento com informação. Como o Jô Soares e o Fantástico.”

3.2.3. Participação do telespectador nos programas

Quando perguntados de que forma o telespectador poderia participar da TV a resposta mais comum foi “por meio de opiniões”. E é através da opinião que a publicitária Eliana, 31 anos, sugere que a TV deveria seguir. Segundo ela, a televisão não permite interação com o telespectador porque não permite que ele opine sobre a programação e sobre seu conteúdo.

“Falta assim perguntar ao telespectador se ele está gostaaaaaaaando, sabe? Eu não vejo essa participação, essa interação. É mais ou menos assim, é como se eu pudesse decidir também o final de uma novela, ou como se pudesse falar... desse opinião em relação a uma matéria que foi apresentada. Mas que existe um pouco assim, sabe, aquilo você tem que ver e pronto acabou e você não participa. Não tem como ligar, não tem... não tem e-mail. Mas tem horas que eu tenho vontade de fazer um comentário. Por que não levou para esse caminho? Por que que sabe? Eu acho que não existe. Este tipo de participação que eu acho que seria fundamental. Essa participação do público, do telespectador que está ali que, enfim, que pode decidir também.”

Enquanto Eliana desconhece a existência de pesquisas e meios de contato com a televisão, André, 25 anos, analista de estudos técnicos, aponta as pesquisas feitas pelas emissoras para saber a opinião do telespectador.

“A rede de televisão elabora uma pesquisa para saber a opinião do público se pode e se deve fazer uma mudança na programação. E dentro dessa pesquisa as pessoas respondem para saber o que elas acham. É uma outra forma de participar também.”

Apesar da pergunta não ter utilizado a palavra “interatividade”, quase todos os entrevistados a utilizaram para responder de que forma o telespectador poderia participar da TV. Assim como Eliana, que falou sobre “interação”, a funcionária pública Letícia, de 70 anos, começou a sua resposta com a palavra “interativo”.

“Interativo? De você telefonar dar palpite, essas coisas? Não... não sei, sinceramente eu não sei”.

“Através de programas interativos com o público” é a resposta de Maria, 28 anos, analista de sistemas. Ela cita programas que costumam pedir a participação do público, por meio do telefone e do computador, para explicar a sua resposta.

“Big Brother Brasil, Você Decide, votando... programas interativos com o público.”

Outra entrevistada que também falou sobre os programas que pedem para o telespectador telefonar e participar foi Priscila, 29 anos, professora. Ela, no entanto, critica esses programas quando diz que eles não interagem de fato com o telespectador. Para ela, a interação só existe para as pessoas que participam de programas de auditório. O telespectador continua sendo um mero espectador sem poder de participação.

“Os programas pedem a participação de um jeito que não dá para participar. Eles falam para telefonar e votar. Ganha a maioria, né? Mas se ganhou o que eu não votei, eu não participei. Sei lá! Acho que a televisão ainda está muito no público de auditório. Esses sim conseguem participar. Interagir com o programa. Quem está em casa assistindo não. Acho que as pessoas, ou melhor, acho que deveria existir um jeito onde todas as vozes pudessem ser ouvidas. Eu nem tento. Sinto como se fosse um jogo. Como eu nunca ganhei nem rifa...”

Respondendo com uma outra pergunta, Carla, 29 anos, assessora de imprensa, é a única que usou a palavra “interatividade” seguida da palavra “televisão”. Seu discurso, apesar de sucinto, sugere uma percepção de um tipo de mídia diferente. Como se a interatividade que possibilita a participação do público fosse responsável por inaugurar um novo tipo de mídia.

“Televisão interativa?”

Ao serem perguntados se conheciam algum programa onde o telespectador pudesse participar, a resposta positiva foi unânime. É o caso de Luis Felipe, 28 anos, estudante universitário que estimulado pela

possibilidade de ganhar dinheiro, e de aparecer na televisão, fala de um programa que chamou a sua atenção:

“Este domingo eu estava assistindo um programa do SBT, eu não sei o nome específico do programa, mas onde você participa e você pode ganhar uma grana. Tremenda vontade de participar de uma parada daquela, né? Porque, você ganha uma grana e é um negócio na televisão.”

A médica Adriana, de 35 anos, também lembra de alguns programas:

“Eu gostava muito de assistir aquele programa *Fama*. A gente, se quisesse, podia escolher o melhor cantor da semana e tirar o pior. Outro que também chamou a minha atenção foi o *Big Brother*, mas este eu já não assisti tanto.”

A professora Priscila, 29 anos, disse ter participado de um programa no estilo *reality show*, por meio da internet e do telefone.

“Que eu possa participar? Bem, o *Big Brother* eu votei algumas vezes pela internet e uma vez por telefone, acho eu.”

Quem lembrou de vários programas que pedem a participação do telespectador foi Letícia, 70 anos, funcionária pública:

“Conheço vários. Esse negócio de *Big Brother* agora, o *Jogo* não sei o que. E deve ter outros. Tem esses também, esses ótimos aqueles sanguinários Datena, Marcelo Resende. Tudo pede para você telefonar, para avisar, para não sei o que, para denunciar. Esse negócio de quinta-feira, qual é o nome? *Linha Direta*. Não deixa de ser uma participação. Contanto que você saiba alguma coisa para você informar.”

De uma forma ou de outra, todos os entrevistados já assistiram algum programa que pede a participação do telespectador. Já quando perguntados se haviam participado de algum e de que forma participaram, a resposta não foi expressiva. Ou melhor, apenas três sujeitos disseram ter tido a experiência de participar de um programa de TV. A mesma citação da professora Priscila, 29 anos, que usei na pergunta anterior, vale para esta:

“Que eu possa participar? Bem, o *Big Brother* eu votei algumas vezes pela internet e uma vez por telefone, acho eu.”

Ela, então, se utilizou de dois meios de comunicação diferentes para poder se comunicar com a TV. Mesmo assim, quando perguntada como foi a experiência de ter participado de um programa ela não demonstra entusiasmo.

“Não mudou a minha vida. Não sei como te responder. Acho que não achei nada.”

O mesmo programa de televisão foi visto por Letícia, 70 anos, funcionária pública, que também confessa ter participado por telefone.

“Acho que liguei uma vez só para detonar alguém do *Big Brother*, porque era muito antipático. Acho que era o Dhomini.”

A mesma falta de entusiasmo de Priscila aparece na declaração de Letícia, quando perguntada sobre a sua experiência de participação:

“É automático, é mecânica a coisa. ‘Obrigado por participar. O seu voto foi computado’”.

Outro que também experimentou participar de um programa foi André, 25 anos, analista de estudos técnicos. Ele, no entanto, escolheu usar o e-mail para conseguir se comunicar com o que estava assistindo na TV.

“Só do *Mesa Redonda*. Eu mandei uma pergunta para lá por e-mail e eles leram a minha pergunta, falaram o meu nome e tudo mais.”

A experiência de escutar o seu nome na televisão foi, a julgar pela resposta abaixo, satisfatória e entusiasmada.

“Achei maneiro porque nunca tinha acontecido de eu estar vendo televisão e o cara lá ler a minha pergunta e dizer o meu nome André fulano de tal, do Rio de Janeiro. Achei interessante ver o meu nome lá.”

Temos aqui dois tipos e sensações diferentes de participação. Se, para André, a experiência foi relevante, para Letícia e Priscila não teve a menor importância. Letícia, aliás, chega a fazer até uma certa ironia quando repete o recado eletrônico da central de telefone do programa. Sua relação com o programa, portanto, não foi humana, mas eletrônica. Bem diferente de André que escutou o seu nome ser lido pelo entrevistador.

Para os outros sete entrevistados foi perguntado o motivo de nunca terem participado. Mesmo dizendo que ficou com desejo de participar, Luis Felipe, 28 anos, estudante universitário, não realiza sua vontade e justifica dizendo que esqueceu. Provavelmente porque teria de sair da frente da televisão para se conectar à internet.

“Este domingo eu estava assistindo um programa do SBT, eu não sei o nome específico do programa, mas onde você participa e você pode ganhar uma grana. Tremenda vontade de participar de uma parada daquela, né? Porque você ganha uma grana e é um negócio na televisão.”

[Por que você não participou?]

“Eu até pensei nisso no domingo. Eu tenho o endereço lá do site para você se inscrever, mas eu acabei esquecendo.”

O dinheiro também é considerado um atrativo para Maria, 28 anos, analista de sistemas. Mesmo não acreditando na honestidade das emissoras, ela diz que não participa porque tem vergonha de se expor.

“Nunca pensei em participar de nenhum. Eu morro de vergonha de televisão, nem nunca cogitei a idéia... Esse negócio do dinheiro é um atrativo. É que eu não acredito muito até que ponto isso é uma coisa honesta. Talvez se eles provassem que não é armação...”

Apesar de conhecer programas que pedem a participação do público, Eliana, 31 anos, publicitária, diz que nunca participou porque nunca foi convidada para tal. Ao contrário dos outros entrevistados, segundo ela, as

emissoras não dispõem de meios para o telespectador entrar em contato e opinar.

“Eu nunca fui entrevistada numa pesquisa de televisão. Dizem que tem esse tal de IBOPE. Na minha opinião tinha que ter e-mail, tinha que ter cartas, e aquela coisa de pesquisa. Eu não vejo ninguém pesquisando. O que é o ibope? Nunca me ligaram, nunca me perguntaram... aquele aparelhinho do ibope nunca ouvi falar nisso, entendeu? Tinha que ter uma central tipo 0800 pra você dar idéias e, de repente, você ir até lá e sabe, parece uma coisa tão distante, as vezes, um programa.”

3.2.4. Formas de acesso aos programas de TV

Como explicitado no segundo capítulo, a televisão vem utilizando outros meios de comunicação para “dialogar” com o telespectador. De que forma os telespectadores estão utilizando estes meios e se eles percebem diferença nessa forma de utilização são as questões que serão exploradas neste item.

Assim, apesar de Letícia, 70 anos, funcionária pública, ter dito que participou do *Big Brother* através do telefone, aqui ela responde que o meio mais fácil de entrar em contato com os programas é o correio eletrônico.

“Bem, o telefone é horrível não se consegue nunca, ou e-mail, ou carta. Ainda acho que carta é melhor, mas hoje em dia ninguém escreve. Só e-mail mesmo.”

Mesmo tendo usado o telefone para “falar” com o programa, ela desaconselha o seu uso e termina explicando porque considera o e-mail a melhor forma de acesso à TV.

“Acho que atualmente o que tem mais resultado é através de e-mail, que é o mais usado. O telefone é melhor esquecer porque você passa quatro dias tentando. Quando você consegue falar com a estação o programa já acabou há quatro dias e não tem mais interesse nenhum. O assunto já saiu de pauta. E a carta é mais lenta, mais demorada, até selecionar, até que chegue para a pessoa ver qual delas é a mais interessante, e qual não é..., então é o e-mail mesmo. Porque é mais rápido, mais fácil de ser acessado.”

Ao ser perguntada sobre o porquê de não ter usado o e-mail para se comunicar com a TV, ela responde:

“Aí eu ia perder muito o meu tempo.”

Já Luis Felipe, 28 anos, estudante universitário, nem considera a possibilidade de contato através de carta escrita. Para ele, o telefone e a internet, devido à praticidade destes meios, são os únicos suportes de comunicação capazes de aproximar o telespectador da TV.

“Ah, cara, hoje em dia todo o foco das coisas é só internet. Acho que não tem como fugir muito disso não. A princípio internet e depois telefone. Você liga e tal e se inscreve. Porque hoje, com essa mudança toda que nós temos, essa coisa de mandar carta, isso não existe mais. Ou é internet, ou é telefone. Coisas bem práticas, né?”

Semelhante discurso tem Priscila, 29 anos, professora. Ela também considera o telefone um meio prático para se comunicar com os programas de TV. No entanto, diferente de Luis Felipe, ela não considera o computador tão prático assim.

“O telefone é mais fácil. Tá ali. Na mão. Pela internet, bem, aí você tem que ir para o computador, se conectar, esperar um tempão e votar. É meio chato. Sei lá. Mas eu votei quando estava no computador do trabalho. Num horário completamente diferente da do programa. Quando fiz pelo telefone, aí sim foi durante o programa.”

Adriana, 35 anos, médica, foi sucinta em sua resposta sobre a forma como as pessoas podem participar dos programas. Respondeu:

“Correio-eletrônico e telefone”

Da mesma maneira respondeu Victor, 28 anos, advogado.

“Através de e-mail ou por telefone”.

Quanto à diferença na forma de participação, ele elaborou uma teoria sobre dois tipos de programas que utilizam o discurso da interatividade.

“Sim existe diferença. Existe diferenças de participação direta no programa. No decorrer, até no andamento do programa. Às vezes você pode fazer uma pergunta que pode até desviar o foco do programa. Existe essa possibilidade. Já os outros, esses *reality shows* você liga só para votar, né? Você só vai influenciar no resultado do programa. Acho que isso não, diretamente ali na hora, né?”

Já André, 25 anos, analista de estudos técnicos, que participou enviando um e-mail para o programa *Mesa Redonda*, da TV Educativa, foi também abrangente em sua resposta quando perguntado se via alguma diferença na forma de participação dos programas.

“No *Big Brother* é um negócio mais... como eu posso dizer? Seria mais escondido. Você não aparece, não é exposto. Não tem seu nome lá, a forma como você participa é votação e a votação ocorre ou pela internet - que ninguém pergunta o seu nome e você não precisa dizer quem você é para votar -, ou então pelo telefone - que você só liga e o número que você votar está votando. Então você não precisa dizer quem é você, não se expõe. É um número.”

3.2.5.

Avaliação dos programas de TV que utilizam o discurso da interatividade

A respeito da pergunta: “O que você acha dos programas que pedem a participação do telespectador?”, os entrevistados demonstraram estar gostando do discurso que vem sendo utilizado. Alguns sujeitos sugerem que o telespectador gosta de programas que oferecem espaço para participação. Isso fica bem aparente na resposta de André e de Victor. Note que nenhum dos dois entrevistados se importou da interatividade na TV estar sendo viabilizada por outros meios de comunicação.

“Eu acho legal. É bom porque o público interage com o que está acontecendo. Em determinados programas o público direciona para onde o programa vai. É como se ele tivesse fazendo o programa”. André, 25 anos, analista de estudos técnicos.

Corroborando a declaração de André, Victor havia dito, na pergunta do item anterior, que às vezes o telespectador tem a capacidade de fazer uma pergunta e mudar o direcionamento do programa. Já aqui ele completa o pensamento e evidencia gostar dos canais de TV que oferecem oportunidade de participação para o telespectador.

“Esses programas específicos, principalmente esse *Direito em Debate*, e por ventura outros no mesmo formato, eu acho que é muito útil porque é uma oportunidade ao cidadão de tirar suas dúvidas, enfim, acho que é uma forma de exercer a cidadania realmente”. Victor, 28 anos, advogado.

Mesmo dizendo que os programas que pedem a participação do telespectador são interessantes, a professora Priscila, de 29 anos, não acredita na durabilidade do formato desses programas.

“Acho que eles vão durar um tempo e depois sumir. São legais, mas tem uma hora que cansa. Mas a proposta é interessante.”

Idéia semelhante tem o estudante universitário Luis Felipe, de 28 anos. Ele, no entanto, responde baseado em um programa do estilo *reality show* que costuma utilizar o discurso de interatividade.

“Isso é uma fórmula, que no meu ponto de vista funciona bem no início, mas depois ela foi perdendo um pouco da força, né? Depois passa a ser um pouco chato. Você acaba entrando na rotina. Afinal de contas, você ficar um tempão dentro de uma casa sendo monitorado, o tempo todo, sem poder fazer as coisas que você tem vontade... E no fundo, no fundo as pessoas querem ver um pouco de ação, além daquele cotidiano.”

Apesar de alguns entrevistados acharem que os programas que utilizam o discurso da interatividade não vão durar muito tempo na televisão, todos consideram que o uso desse discurso é interessante.

3.2.6.

O que os programas devem fazer para o telespectador querer participar

O que faria um telespectador sair do sofá, pegar o telefone, ou ir para a frente do computador, a fim de participar de um programa de TV? Com esta idéia parti para a pergunta: o que os programas de TV devem fazer para o telespectador querer participar? Quatro entrevistados disseram que os programas que oferecem prêmio são mais atrativos. Um deles é a professora Priscila, 29 anos:

“Oferecer prêmios para o telespectador é um bom incentivo. No momento só consigo pensar nisso como forma de incentivo.”

A tímida Maria, 28 anos, analista de sistemas, só vislumbra a possibilidade de participar de um programa se ele oferecer dinheiro, ou prêmio. Entretanto, mesmo oferecendo prêmio, ela não participou do programa *O Jogo*.

“Caraca! Agora você me pegou. Esse negócio do dinheiro é um atrativo. É que eu não acredito muito até que ponto isso é uma coisa honesta. Talvez se eles provassem que não é armação...”

Outro que também percebe como incentivo de participação a chance de ganhar algum prêmio é Marco, 32 anos, ator. Mesmo assim, ele diz que não adianta o programa dar este tipo de incentivo se o conteúdo for ruim.

“Prêmio, prêmio, prêmio... se bem que se o programa for ruim nem prêmio alavanca. Basta lembrar daquele *O Jogo* que foi passado recentemente. Eles ofereciam até umas coisas bacanas, mas era muito chato de assistir. Estou dizendo prêmio, mas eu mesmo não participei.”

Já Luis Felipe, 28 anos, estudante universitário, acredita que a participação do público depende da propaganda. Para explicar seu ponto de vista, ele cita um programa que começou a oferecer prêmios depois de constatada a baixa audiência. Para ele, os programas não podem deixar que

o telespectador fique passivo. O telespectador tem que ter o poder de influenciar o programa.

“Dizem que a propaganda é a alma do negócio. Alguma coisa nesse sentido. Incentivar mais, tipo, esse programa *O Jogo* ele a princípio não estava alcançando IBOPE e eles começaram a mudar a fórmula para que as pessoas participassem. Começaram a oferecer prêmios. Acho que é mais ou menos por aí... O público tem que participar. Tem que acrescentar alguma coisa. Tem que poder influenciar. Acho que é dessa forma. Não ficar tão parado.”

Quem compartilha esse ponto de vista de o telespectador poder influenciar o programa é Eliana, 31 anos, publicitária. Ela acha que as emissoras deveriam deixar disponível meios de comunicação onde o telespectador pudesse opinar. Desta forma, segundo ela, o curso dos programas poderia ser modificado conforme o desejo dos telespectadores.

“Tem que ter pesquisa. Chegar, por exemplo, e falar... vai e mande o seu e-mail. Entre em contato, uma central telefônica, uma central tipo 0800 pra você dar idéias e, de repente, você até ir lá e, sabe?... O que está faltando hoje em dia é interação. Essa coisa de estar junto com o público, de perguntar, de questionar e deixar o público também ser questionado e interferir. Deixar o público pensar. Isso é o que é mais importante. Porque as pessoas não pensam quando vêem a televisão. Aí é complicado porque às vezes é um programa bom, mas que poderia ser solucionado de outra maneira, ser desenvolvido de outra maneira, entendeu?”

Letícia, 70 anos, funcionária pública, parece não entender a pergunta e responde com interrogativas. Entretanto, ela indica que as enquetes feitas pelos canais de TV podem ser um incentivo para a participação.

“Interativo? De você telefonar, dar palpite, essas coisas? Não... não sei. Sinceramente eu não sei. Só através dessas enquetes que fazem, quem gosta disso”.

Resposta bastante interessante foi concedida por Carla, 29 anos, assessora de imprensa, que propõe um tipo de TV local, mais voltada para a comunidade. Segundo ela, a proximidade da programação da TV com a realidade do telespectador é o maior incentivo de participação que poderia

existir. Isso porque esse telespectador se reconheceria na TV e, assim, teria desejo de participar mais efetivamente na programação.

“Teria que trazer a programação da TV mais para o dia-a-dia das pessoas. Que elas pudessem sentir que estariam participando, estariam fazendo parte daquilo. Uma TV comunitária fala do dia-a-dia de uma comunidade específica. A pessoa vai ver na televisão o que realmente está acontecendo na sua casa ao lado. Então a televisão está sendo uma extensão da vida daquela pessoa. Não está sendo uma coisa que a pessoa está admirando, olhando e não está participando de nada.”

Interessante também é a resposta de André, 25 anos, analista de estudos técnicos. Segundo ele, a televisão não precisa mudar o seu formato.

“Não precisa fazer nada porque as formas de participação são essas. Se tentar mudar pode estragar alguma coisa. A forma como está é a ideal. Não precisa mudar nada.”

Talvez por ter conseguido participar de um programa e escutado seu nome e sua pergunta serem lidos no ar, ao vivo, André tenha dado uma resposta tão diferente dos demais entrevistados. Ou seja, enquanto os outros sugerem formas de atrair o telespectador para esses programas, que utilizam o discurso da interatividade, André não vê motivos para alterar o atual formato.

Já Victor, 28 anos, advogado, não responde a pergunta.

“Não vislumbro nenhuma possibilidade. É meio difícil. Na minha situação... não sei”.

Quem também não consegue pensar em nenhuma resposta é Adriana, 35 anos, médica.

“Realmente eu não sei. Eu gostava de assistir o *Fama*, mas nunca votei. Não sei explicar e também não sei o que faria eu participar.”

3.2.7. A palavra interatividade

Em resposta à questão “de que forma o telespectador pode participar da TV?” vários entrevistados utilizaram a palavra “interatividade” espontaneamente. Agora os entrevistados foram perguntados sobre a palavra propriamente dita e se já a escutaram na TV. Letícia, 70 anos, funcionária pública, por exemplo, percebe que a palavra entrou no vocabulário popular e que seu significado foi disseminado para todas as classes sociais.

“Minha filha, depois que surgiu esse... essas palavras menos conhecidas, não são novas, que eram menos conhecidas e que agora entraram no domínio popular... ficou um negócio tão corriqueiro que você ouve até gente que não sabe falar direito e tá falando de interatividade, em participação, uma porção de coisas destes termos, né?”

Outra que também conhece essa palavra é Eliana, 31 anos, publicitária, que diz ter escutado essa palavra em um programa que alcançou grande audiência.

“Algumas vezes. Engraçado, eu vejo assim... o *Big Brother* foi um exemplo que todo mundo ‘ai, interatividade e tal...’”

Já Luis Felipe, 28 anos, estudante universitário, lembra de um canal de TV que dispunha informações adicionais à programação para o telespectador, sugerindo a interatividade. Segundo ele, o telespectador poderia ver na tela da TV a sinopse do programa que estava assistindo apenas apertando o controle remoto da televisão. Como informação adicional, este sistema funciona graças a um apetrecho, semelhante a um vídeo-cassete, que é colocado na televisão. Quando ele aperta o botão do controle-remoto a mensagem não é enviada para a TV, mas para o apetrecho que já dispõe das informações.

Ou seja, o simples fato de poder ver informações adicionais à programação normal, para ele, é visto como interatividade.

“Quando eu estava com a SKY existia uma coisa muito embrionária de interatividade. Não me lembro qual era o canal. Era um canal mais *light*. Onde você podia ver alguns detalhes e tal da programação. Coisas que não estavam ali naquele foco principal. Era até interessante porque você podia ver coisas adicionais enquanto a programação na maioria passando. Que é justamente aquela coisa que a gente tava conversando e você tá fazendo uma coisa e pode ver outras coisas ao mesmo tempo. Escutei a palavra interatividade justamente nesse canal.”

Apesar de afirmar que a palavra não é desconhecida, Victor, 28 anos, advogado, não lembra onde a escutou.

“Interatividade? Não é uma palavra desconhecida, mas não estou lembrando em que ocasião eu a escutei”.

3.2.8. Significado da palavra interatividade

O único que não conseguiu dar uma explicação para a palavra “interatividade” foi Victor, 28 anos, advogado.

“Interatividade? Não sei. Atividade... seria uma forma... inter-atividade. Forma de... não sei. Não sei explicar”.

A maioria definiu interatividade como participação. É o caso de Maria, 28 anos, analista de sistemas, que percebe interação como a possibilidade do telespectador poder participar do programa que está assistindo na TV.

“Interativo é o público poder participar do programa. Poder influenciar de alguma forma àquele programa de televisão.”

Com a mesma definição, mas com outras palavras, Letícia, 70 anos, funcionária pública, diz que interatividade é um tipo de participação onde o telespectador pode atuar, ou melhor, influenciar o que está assistindo.

“Ué?! É um tipo de participação. Você não só assistir como você participar, você viver, você interconviver, inter... digamos assim, atuar num caso, num fato que você está vendo. Como certos programas da televisão mesmo que são feitos para isso.”

Mesmo usando a palavra participação, interatividade para Eliana, 31 anos, publicitária, é a possibilidade que o telespectador tem de interferir na programação.

“É o público estar mais..., a televisão, no fundo no fundo, a televisão invade a minha casa. Estou ali sentada e tô recebendo informações, estou vendo gente. Invadiu. É uma invasão de privacidade. Então por que não, sabe, eu também invadir? Por que não eu chegar e falar eu quero participar? Então, de repente, sugerir, sabe? Essa coisa de você ter uma ligação mais próxima. E não deixar a televisão como um aparelho que está invadindo e, de repente, você ter que falar amém para tudo que está rolando.”

Outro que dá a mesma resposta é André, 25 anos, analista de estudos técnicos, que entende interatividade como o recurso que possibilita a participação do telespectador na alteração dos programas.

“O público, no caso, poder interagir com o que está acontecendo na TV. Poder participar. Aconteceu alguma coisa, o público não gostou e faz uma ligação e se comunica com a emissora, ou com a produção do programa... e na mesma hora eles mudam, fazem uma mudança. Seria tipo, mais ou menos, na minha cabeça, como aquele programa *Você Decide*. Você ligava e decidia o final do programa. Isso seria interatividade. Ou o *Big Brother Brasil* mesmo.”

Mais do que apenas uma participação, alguns entrevistados entendem a palavra interatividade como a possibilidade de ocorrer uma troca. Isto é, uma participação onde o telespectador pode enviar uma mensagem e receber uma resposta de volta, como na resposta de Luis Felipe, 28 anos, estudante universitário.

“É justamente. Você poder influenciar naquilo que você está “trocando”. Um programa, sei lá. Quero poder participar da grade de programação de um canal. Eu acho isso legal. A gente tá a fim de ver determinada coisa, tem como oferecer, tem? Então coloca. Acho que, na verdade, é o grande

foco dos meios de comunicação. Ser mais interativos e agradar ao público. Mesmo que no fundo eles acabem escolhendo certas porcarias.”

Carla, 29 anos, assessora de imprensa, também define a palavra como algo que possa ter uma troca. No entanto, ela diz que a TV atual não permite que isso ocorra cem por cento.

“Interatividade? Algo que possa ter uma troca. Eu levo uma mensagem e tenho uma mensagem de volta. *Big Brother* é mais ou menos interativo porque você tem uma resposta, mas você não consegue medir a qualidade dessa resposta. É uma resposta muito limitada. O telespectador só está respondendo a perguntas fechadas que a emissora está impondo. Ele não está escolhendo o que ele quer dizer para a emissora. E a emissora só está recebendo as respostas limitadas às que ela está sugerindo. Então não há tanta interatividade, há uma troca de informações, mas não é uma troca verdadeira.”

3.2.9.

Percepção do uso do discurso da interatividade da TV

Uns disseram que sim, outros que não e alguns se mostraram confusos quando perguntados se a televisão é interativa. André, 25 anos, analista de estudos técnicos, por exemplo, começa dizendo que a TV proporciona alguns programas interativos, mas, ao mesmo tempo, diz que a TV não é interativa.

“Alguns programas sim, não a TV como um todo. Tem programas interativos. Acho que ainda é cedo para falar que a TV é interativa, entendeu?...”

[Por quê?]

“Porque a maioria dos programas é feito muito antes... eles têm um molde e vai para o ar sem poder mudar nada. Tem uma gama muito pequena no que você mexe e fazer o programa caminhar. O público, né?”

Discurso também contraditório é apresentado pela analista de sistemas Maria, de 28 anos. Ela diz que a TV possui programas interativos, mas, ao mesmo tempo, afirma que a TV não é interativa. A entrevistada diz não ter interesse nesse tipo de programa e que, por isso, não participa deles.

Segundo ela, a TV só seria interativa se ela respondesse aos recursos de participação que a TV oferece. Entretanto, mesmo ela não participando e dizendo que não considera a TV interativa por isso, seu discurso demonstra que sua percepção é outra, ou seja, de que a TV é interativa.

“Como assim? Não. Para mim, atualmente, não. Se ela proporciona programas interativos? Acho que sim, mas eu não interajo com a TV. *Big Brother*, sorteios em gerais. Vídeo-cassetadas...”

[De que forma eles são interativos?]

“A pessoa está lá se expondo na TV, as reações delas... se eu fosse essas pessoas seria interativa. Ela oferece recursos. Eu é que não quero interagir com ela, mas se eu quisesse... Eu vejo televisão no final do dia para relaxar...”

Apesar de ter começado a sua resposta com a palavra “depende” Luis Felipe, 28 anos, estudante universitário, percebe que a televisão não proporciona troca de informações. Ele sustenta seu argumento, de que a TV não é interativa, definindo a própria palavra “interativa” e constata que as mensagens televisivas não permitem uma conversa, uma troca.

“Depende. Acho que não. Não porque é uma coisa fixa. Eu não posso chegar e dizer eu quero assistir determinada coisa, quero tal grade de programação. Se eu entendo a palavra. Interatividade é perguntar para você... é a gente conversar. Não é só você. As coisas só virem de um lado. Então nesse ponto ela não é. Tipo, todo mundo fala que a programação dos canais no domingo é uma porcaria. Todo mundo sabe, mas ninguém troca. Não existe interatividade. O público todinho tá de saco cheio. Não agüenta mais *Faustão*, ver *Gugu* e não rola interatividade.”

Eliana, 31 anos, publicitária, concorda com Luis Felipe quando afirma que interatividade é uma relação com o público e que essa relação não existe entre a TV e o telespectador. Por isso, ela não percebe a TV como um veículo interativo.

“Interatividade, para mim, é isso. Essa relação com o público. Acho que não. Tá muito longe... Do lado crítico também. Do telejornalismo, as pessoas, as avaliações, os comentários são todos você tem que aceitar dessa forma. Não. Não é dessa maneira. Deixa em aberto. O público tem que pensar. Por isso que eu acho que essa coisa de interatividade eu acho que

eu levo para esse lado. Não sei se é por aí. Mas eu levo, o público tem que questionar. A pessoa tem que levantar um ponto de interrogação e falar assim: vou lá escrever para a Rede Globo e falar isso, isso, isso. Aí o que acontece, acaba não sendo colocado e por interesse x, a, b, c, acaba sendo engolido, entendeu?”

Ela diz, portanto, que a televisão não é interativa porque não é próxima do telespectador. Isto é, não permite que o espectador dê opiniões e interfira no programa no qual está assistindo. Apesar de muitos canais de TV e programas oferecerem números de telefone e endereços de e-mail para o telespectador entrar em contato, ela desconhece esse uso. O interessante é que ela afirma que falta, justamente, essa interação. Assim, ela demonstra em seu discurso que se isso existisse, a televisão seria interativa.

“Um programa tipo *Jô Soares*. Então, sabe, essa coisa, de repente mandar um e-mail. Eu sei que é gravado, mas, pôxa, porque não perguntou isso? Por que foi colocado dessa maneira? E até mesmo criticar. Não só criticar negativamente, mas positivamente. Eu sei que tem *globo.com*. Eu já acessei algumas vezes, mas eu não sei se tem alguma maneira de responder, de você falar, de dar sugestões e... interação. O que está faltando hoje em dia é interação(...) Por quê não eu chegar e falar: eu quero participar? Então, de repente, sugerir, sabe, essa coisa de você ter uma ligação mais próxima? E não deixar a televisão como um aparelho que está invadindo e, de repente, você ter que falar amém para tudo que está rolando(...) Entre em contato, uma central telefônica, uma central tipo 0800 pra você dar idéias e, de repente, você até ir lá e sabe, parece uma coisa tão distante as vezes um programa. A televisão parece que aquilo ali já tá montado. Você tem que aceitar desta forma. Na minha opinião tinha que ter e-mail, tinha que ter cartas, e aquela coisa de pesquisa.”

Já para Letícia, 70 anos, funcionária pública, a TV é interativa.

“Eu acho que ela é ainda muito pobre. Porque os programas que têm interativos não interessam exatamente a todo mundo. Acho que o que mais atingiu varias classes foi o *Big Brother* mesmo. Dizem que esse *Casa dos Artistas*, eu não vi, que é o mesmo jeito, a mesma coisa. Só isso daí. Às vezes uma entrevista interessante que pega você participa. Aí é um assunto polêmico, você quer dar um palpite, outro dá também, aí eles atendem ao vivo. O canal 2 tem muito programa assim que é interessante. Esses são interessantes agora. Eu, particularmente, não tenho tempo como disse. Não tenho paciência de ficar tentando falar.”

Mesmo não conseguindo responder o que é interatividade, Victor, 28 anos, advogado, entende o discurso da interatividade da TV como participação do povo. Para ele, os programas que possibilitam essa participação são interativos.

“Nesses programas sim, né? Nesses programas com a participação do povo. De repente seria uma forma de participação de varias pessoas não conhecidas, não estando ali no mesmo espaço. Seria isso? Não sei.”

Já Carla, 29 anos, assessora de imprensa, entende a TV interativa como uma TV que possibilita uma aproximação entre o telespectador e o veículo, através de programas comunitários. Isto é, um programa onde o telespectador vê a sua realidade e se reconhece nele.

“Uma TV comunitária fala do dia-a-dia de uma comunidade especifica. A pessoa vai ver na televisão o que realmente está acontecendo na sua casa ao lado. Então a televisão está sendo uma extensão da vida daquela pessoa. Não esta sendo uma coisa que a pessoa está admirando, olhando e não está participando de nada. Eu acho que é a partir deste tipo de programa você pode desenvolver uma interação maior com o espectador.”

Mas ela percebe também o uso de outros meios de comunicação para se ter acesso à televisão. Ela sugere, inclusive, o uso destes meios e complementa dizendo que deveria existir uma TV onde o telespectador pudesse interagir com o seu conteúdo, mesmo com o aparelho desligado.

“Algum tipo de programa que você tenha uma, que você estenda esse programa depois do horário do programa da televisão. Que você passe a ter algum tipo de interação com aquele conteúdo depois do momento que você desligou a televisão. Através da internet, ou através de algum outro elo de comunicação.”

Como podemos perceber, aparentemente, mais da metade dos entrevistados disseram que a televisão é interativa. Apenas dois sujeitos apresentaram uma visão mais crítica sobre o assunto. Para esses, a televisão não é interativa porque não permite troca de informações. Já os outros entendem diferente e acreditam que estão interagindo com os canais de TV

através de outros meios de comunicação. No entanto, antes de afirmar que os telespectadores estão percebendo o discurso da interatividade da TV como um meio de comunicação interativo, é necessário analisar os resultados obtidos com a teoria anteriormente discutida.