

## 4

### Retomando os resultados à luz do que é dito sobre interatividade

No segundo capítulo, abordei a maneira pela qual a interatividade se popularizou e as mudanças decorrentes da sua difusão como, por exemplo, o aumento de troca de informações entre as pessoas e o uso da rede como meio de conhecer usuários de diversas partes do planeta sem restrição de barreiras políticas e ou geográficas. Seguindo este raciocínio, se a interatividade trouxe tanta mudança, será que o telespectador mudou a maneira de assistir a TV com o uso do discurso da interatividade? Baseada no que Sodré (1978), Miranda & Pereira (1983), Xavier (2000) e Castells (1999) escreveram sobre a relação do telespectador com a televisão, e nas respostas dos meus sujeitos, a conclusão é a de que o espectador de TV continua se relacionando da mesma forma com a mídia televisão. Diferentemente do usuário de internet, que fica sentado na frente do computador, o telespectador costuma fazer várias coisas ao mesmo tempo em que assiste a TV. Essa relação do telespectador com a TV, que entendi como dispersão de atenção no segundo capítulo, pode ser comprovada nos discursos que colhi, como nos exemplos:

“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.” Carla, 29 anos, assessora de imprensa.

Ou ainda...

“Se tiver alguém do meu lado eu até converso... Se eu tiver no computador eu vejo televisão e fico no computador”. André, 25 anos, analista de estudos técnicos.

Note que o computador é apenas uma outra forma de dispersão, que compete com a comida, a leitura, o telefone, etc.

Conforme explicitado no capítulo 2, item 2.1.4., essa dispersão de atenção faz com que os canais tenham que procurar fórmulas para chamar a atenção do telespectador. Com textos pouco densos, a televisão imprime um ritmo capaz de

prender esse telespectador à sua programação. No entanto, essa fórmula encontrada produz um conteúdo massificador, que tem como resultado a desindividualização do telespectador. Para minimizar este problema, a TV usa um estilo de linguagem simples, onde a fala que predomina é a usada no dia-a-dia entre as pessoas.

O surgimento da internet e a popularização do conceito da interatividade, no entanto, produziram um efeito até então ainda não experimentado pela televisão. Segundo Castells (1999), o sucesso da televisão se deve à falta de interesse do telespectador em querer pensar após um dia árduo de trabalho. Ele qualifica a audiência da televisão como preguiçosa. No entanto, alguns discursos que aparecem em minha pesquisa são diferentes desta análise. Como pode ser verificado na fala da publicitária Eliana e do estudante Luis Felipe:

“...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.”, Eliana, 31 anos.

A julgar por esse discurso, o telespectador quer participar do conteúdo que está assistindo. Bem diferente de um telespectador preguiçoso, esta entrevistada demonstra insatisfação por não poder alterar a programação, por não poder pensar e participar efetivamente do programa.

Já o discurso que se segue, apresenta um outro tipo de desejo participativo. Incentivado por um prêmio, meu sujeito demonstra vontade de se tornar um telespectador ativo, isto é, um espectador com voz ativa sobre o programa no qual está assistindo.

“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?”, Luis Felipe, 28 anos.

Em ambos os discursos, o que se nota é que o telespectador começa a sentir vontade de sair do sofá, e/ou da condição de “preguiçoso”, para assumir um papel mais participativo na programação da TV.

No entanto, a análise de Castells pode ser confirmada através de outros dois discursos que colhi. Maria, 28 anos, analista de sistemas, por exemplo, disse:

“Eu vejo televisão no final do dia para relaxar”

Semelhante discurso foi apresentado pelo advogado Victor, também de 28 anos.

“Quando estou assistindo eu só assisto televisão. Não faço mais nada.”

Através destas falas, podemos concluir que ainda existem telespectadores que preferem o caminho de menor resistência, ou seja, o que Castells chamou de preguiça. Desta forma, acredito que o surgimento de novas tecnologias interativas está promovendo duas classes diferentes de telespectadores. Uma primeira classe que prefere assistir televisão sem o compromisso de ter que participar, ou pensar sobre qualquer coisa; e uma outra que quer participar, que não aceita o papel do telespectador que é incapaz de alterar o que está assistindo. Partindo desta idéia, dividi os telespectadores em dois gêneros: audiência potencialmente interativa e audiência não interativa.

Antes de escrever sobre estas audiências, vale lembrar que a tecnologia da televisão não permite que o telespectador envie mensagens de volta para ela. Por isso, o telespectador é um mero espectador sem poder de decisão e ou participação. O surgimento de tecnologias interativas e a possibilidade de cada um ter a própria voz e receber uma resposta individualizada passa a incomodar a TV.

Como a TV é radiodifusora, ela passa a incorporar o discurso da interatividade através da utilização de suportes de comunicação interativa. As emissoras começam a sugerir ao telespectador que ele pode interagir com a TV e o telespectador começa a ser estimulado a participar da programação dos canais. Vários programas são criados e o discurso da interatividade passa a fazer parte da grade da programação das emissoras. Isso tudo promovido pela eterna busca da TV de se aproximar do telespectador.

O uso desse discurso pela TV apareceu nas respostas de meus entrevistados, antes mesmo de eu questioná-los sobre “interatividade”. Quando

perguntei a eles se conheciam algum programa do qual os telespectadores pudessem participar, meus sujeitos citaram programas que usam o discurso da interatividade, como *Big Brother*, *Você Decide*, entre outros, como nos exemplos:

“Que eu possa participar? Bem, o *Big Brother* eu votei algumas vezes pela internet e uma vez por telefone, acho eu”, Priscila, 29 anos, professora.

“*Big Brother* é o primeiro que vem à minha cabeça, mas têm também outros. *Casa dos Artistas*, que acho que é quase a mesma coisa, e esse *Jogo* agora. Ah! Tem mais um outro numa TV a cabo, mas não lembro o nome.”, Marco, 32 anos, ator.

“Esses *realitys shows*. Participar, você liga para votar(...) Tem um programa também que é mais relacionado com a minha área *Direito em Debate*, na TV Educativa.”, Victor, 28 anos, advogado.

Apesar de todos conhecerem programas nos quais o telespectador é convidado a “participar”, apenas três dos dez entrevistados disseram ter aceito o convite e “interagido” com o canal.

#### **4.1. Audiência ou telespectadores potencialmente interativos**

Estou definindo como telespectadores potencialmente interativos aqueles que participam, ou que gostariam de participar, dos programas que usam o discurso da interatividade.

Quando perguntei aos meus sujeitos se conheciam algum programa de que eles poderiam participar, a professora Priscila, 29 anos, respondeu positivamente e completou dizendo como foi realizada a sua participação.

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

Outra resposta, que demonstrou que a TV vem utilizando outros suportes para justificar o seu discurso de interatividade, foi dada pela funcionária pública Letícia, de 70 anos.

“Conheço vários. Esse negócio de *Big Brother* agora, o *Jogo* não sei o que. E deve ter outros... 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.”

Antenada na programação, essa entrevistada percebe vários programas que pedem para o telespectador participar. No caso, ela citou o telefone como o meio de acesso à TV.

Mas será que os telespectadores querem participar e interferir na programação da TV? Mesmo com todo o apelo das emissoras para o telespectador participar de seus programas, constatei que nem a metade dos meus sujeitos quis participar desses programas. Apenas três entrevistados confessaram ter participado, sendo que uma quarta resposta revelou que, se soubesse como, gostaria de poder participar de alguma forma do conteúdo da TV. Ou seja, existe uma parcela de telespectadores que participa desses programas que a TV vem chamando de interativos. No entanto, a experiência que a interatividade proporciona aos usuários de internet e do telefone nada tem de parecido com o discurso da interatividade televisiva. Isso porque interatividade, como já definido, é um modelo de comunicação que permite transmissão e recepção de conteúdo entre usuário e mídia. Esse estilo de comunicação, portanto, permite que o usuário seja o dono do seu tempo, com a opção de escolha do que ver, de quando ver e de alterar o que quiser.

Se a interatividade é o motivo do sucesso da internet, seu uso na televisão parece não estar causando o mesmo efeito. A professora Priscila, que disse ter participado de um programa, não se mostrou empolgada quando perguntada sobre o que achou de ter “interagido” com a TV:

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

O mesmo aconteceu com Letícia, 70 anos:

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

A experiência de ambas, provavelmente, não mudou a vida delas porque, de fato, nada aconteceu. O resultado aqui é o mesmo encontrado na pesquisa de Mello (1996). Telefonar para votar não permite que o telespectador decida, mas apenas escolha, entre um sim e um não. Esses programas, de que Priscila e Letícia participaram, não levam em conta a opinião de cada telespectador, mas o da maioria votante. O que resulta num “empastelamento” de opiniões. O discurso de interatividade usado nesses programas se resume em possibilitar que o telespectador apareça na tela, ao vivo, em forma de número e não em receber o telespectador e dar espaço para que ele expresse a sua opinião. A frustração que aparece nas respostas pode ser analisada exatamente por aí. A TV oferece interatividade, o telespectador responde ao estímulo, mas o resultado de sua experiência é diferente da que ele experimentou na internet e no telefone. Acredito que as respostas desanimadas vêm exatamente dessa falta de espaço para o telespectador expressar, de fato, a sua opinião.

Diferentemente dos programas que oferecem um sim ou um não para os telespectadores votarem, alguns programas de entrevista abrem espaço para os telespectadores se comunicarem por e-mail. Se derem a sorte da mensagem ser selecionada e lida pelo apresentador do programa, a sensação de interação muda, conforme é verificado na resposta do analista técnico, André, 25 anos:

“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.”

Sua experiência, portanto, demonstra que, quando o telespectador ganha voz, idade, escolaridade, enfim, uma identidade em que ele se reconhece como sendo ele, a percepção do discurso da interatividade se modifica. Prova disso é a resposta concedida por André, quando perguntado o que a televisão deveria fazer para os telespectadores quererem participar de sua programação.

“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.”

Sem nunca ter participado de qualquer programa de TV, a publicitária Eliana, de 31 anos, demonstra insatisfação com o papel de telespectadora não opinativa. Isto é, para ela a TV deve dar chance aos telespectadores que querem participar de sua programação. Ela sugere, em seu discurso, o uso do e-mail e do telefone, exatamente os suportes que a TV vem utilizando.

“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 quê 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.”

Apesar de nunca ter participado de um programa de TV, sua vontade de interagir com a televisão a qualifica como uma telespectadora potencialmente interativa. Caso ela não tivesse expressado desejo de participar de programas que usam esse discurso, aí sim ela poderia ser qualificada como telespectadora não interativa.

#### **4.2. Telespectadores não interativos**

Estou entendendo como telespectadores não interativos aqueles que não quiseram, ou não ficaram estimulados o suficiente para participar dos programas que utilizam o discurso da interatividade.

A analista de sistemas Maria é uma das entrevistadas que não demonstrou interesse por este discurso.

“Nunca pensei em participar de nenhum. Eu morro de vergonha de televisão, nem nunca cogitei a idéia...”

Por trás desta vergonha, aparece o receio da entrevistada em se expor. Para quem não quer aparecer, ou melhor, ficar em exposição, os programas que usam o discurso da interatividade não são estimulantes.

Outro telespectador que não respondeu aos apelos deste estilo de programa foi o universitário Luis Felipe. Ele, no entanto, não participou por outro motivo.

“Eu tenho o endereço lá do site para você se inscrever, mas eu acabei esquecendo.”

Mesmo afirmando que ficou interessado em participar de um determinado programa, ele diz que se esqueceu. Como normalmente o computador não fica no mesmo espaço da televisão, não surpreende que o telespectador esqueça de responder ao chamado do programa. Afinal, a televisão sozinha já tem que competir com milhares de estímulos externos que distraem o telespectador, como o telefone, o barulho do ambiente, as conversas em família, etc. Com tantos estímulos de dispersão, não é de se admirar que Luis Felipe tenha se esquecido de acessar o endereço do site.

Segundo os telespectadores que entrevistei, os programas que oferecem prêmios como estímulo de participação são potencialmente mais interativos. Isto é, são programas que podem fazer com que o telespectador saia da frente da TV e se desloque até o computador para efetivar sua participação.

No entanto, mesmo repetindo várias vezes que prêmio é um atrativo o ator Marco, de 32 anos, confessa que não se interessou em participar de um programa que pedia a participação do telespectador. Justificou sua não interação dizendo que o programa era 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.”

### 4.3. Os discursos semelhantes dos telespectadores potencialmente interativos e não interativos

Os dois tipos de telespectadores que delimitarei citam o telefone e o e-mail como os melhores meios de acesso à interação da TV. Alguns discursos, no entanto, demonstram uma confusão sobre qual o melhor suporte de comunicação para interagir com a TV.

Mais uma vez Letícia, a mais velha do grupo, concede um depoimento interessante:

“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(...) é o e-mail mesmo. Porque é mais rápido, mais fácil de ser acessado”

No entanto, na hora de participar sua teoria muda. O suporte de comunicação utilizado é o telefone e a justificativa para não ter usado o e-mail é exatamente o inverso da declaração dela anterior.

[Letícia, por quê você não usou o e-mail?]

“Aí eu ia perder muito tempo”

Acredito que tal mudança decorreu do seguinte fato: para se enviar um e-mail é necessário que o usuário saia da frente da TV (normalmente o computador não divide o mesmo espaço com a TV), vá até o micro-computador, se conecte à internet, acesse o provedor do e-mail e, finalmente, envie a mensagem. De fato, a velocidade de envio é rápida. No entanto, o telefone é um meio de comunicação muito mais prático no uso. Para interagir com outra pessoa, basta levantar o fone, teclar os números e pronto. Começar a falar. Outra vantagem que o telefone tem sobre o computador, neste caso, é que o telespectador não precisa, necessariamente, sair da frente da televisão para realizar sua participação.

Esta análise que fiz pode ser confirmada no discurso da professora Priscila, 29 anos:

“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.”

Independentemente do meio de acesso à TV, os dois tipos de telespectadores demonstraram que os canais que dão oportunidade para o telespectador opinar são os que têm mais chance do telespectador querer participar. Essa percepção fica aparente na resposta de Eliana, a publicitária de 31 anos. Note que ela usa a palavra interação como sinônimo de participação.

“Falta assim perguntar ao telespectador se ele está gostaaaaaaaando, sabe? Eu não vejo essa participação, essa interação(...) 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...”

Outro exemplo, que mostra o interesse do telespectador em querer opinar sobre o que está assistindo, é dado por André, 25 anos, analista de estudos técnicos.

“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.”

Mas tudo indica que os telespectadores estão dividindo em dois gêneros os programas de TV que usam o discurso da interatividade. Ou seja, programas nos quais o telespectador participa diretamente e programas nos quais o telespectador participa indiretamente. Estou entendendo por programas de participação direta aqueles em que o telespectador tem a oportunidade de enviar perguntas e opinar. Já os de participação indireta seriam os programas que pedem a participação do telespectador por meio do voto.

Mesmo dizendo que não tem interesse em participar de tais programas, o advogado Victor, 28 anos, fala com propriedade sobre as formas de participação direta e indireta.

“Sim existe diferença. Existem 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”

Outro que também percebeu dois tipos diferentes de discurso da interatividade usados na TV foi o já citado analista de estudos técnicos André, 25 anos. Diferentemente de Victor, que nunca participou de qualquer programa de TV, André passou pela experiência de participar de um programa de entrevistas. Segundo a definição que estou dando, este seria um programa com participação direta:

“Em determinados programas o público direciona para onde o programa vai. É como se ele tivesse fazendo o programa”.

Quanto à participação indireta ele responde da seguinte forma:

“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.”

Baseada nestas respostas posso concluir que a participação indireta não expõe o telespectador. Como também não possibilita que ele se perceba como parte do programa, conforme é demonstrado na resposta da professora Priscila, de 29 anos:

“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!”

Já os programas de participação direta permitem que o telespectador estabeleça uma comunicação mais particularizada com o veículo. Isto é, são programas em que o telespectador envia mensagens com opiniões e sugestões e que são lidas pelos apresentadores com o nome e o sobrenome do remetente.

Segundo Victor e André, esses programas permitem que o telespectador desvie o “foco do programa”, o que dá a sensação ao telespectador de que ele está “fazendo o programa”.

Interessante é que tanto os telespectadores não interativos quanto os potencialmente interativos utilizam a palavra interatividade para falar sobre os programas de participação direta e participação indireta.

Isso pode ser notado, por exemplo, no discurso de Maria, 28 anos, quando perguntada de que forma o telespectador pode participar dos programas de TV. A analista de sistemas que, no caso, é uma telespectadora não interativa, responde:

“Através de programas interativos com o público(...) *Big Brother Brasil, Você Decide*, votando... programas interativos com o público.”

Outra entrevistada que também usou a palavra interatividade foi Letícia, 70 anos. Como telespectadora potencialmente interativa - ela participou de um programa de participação indireta - aqui seu discurso aponta para programas de participação direta.

“Interativo? De você telefonar dar palpite, essas coisas?”

Quando perguntada de que forma o telespectador poderia participar da TV, a funcionária pública Letícia associa a palavra “interativo” com programas de participação direta, a partir do momento que ela usa a palavra “palpite”.

Aliás, parece que a percepção sobre a idéia de participação dos telespectadores não interativos e potencialmente interativos é semelhante. Independente dos discursos usados nos programas de participação direta e participação indireta, a maioria dos entrevistados conceituou interatividade como sendo participação com poder de influência e troca.

“Interativo é o público poder participar do programa. Poder influenciar de alguma forma aquele programa de televisão.”, Maria, 28 anos, analista de sistemas.

Conceito semelhante foi revelado por outra entrevistada:

“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.” Leticia, 70 anos, funcionária pública.

A mesma idéia de participação apareceu na resposta do estudante Luis Felipe, de 28 anos. Segundo ele, o telespectador tem que poder influenciar a programação televisiva, como numa relação de troca:

“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.”

Mais que apenas uma participação, a assessora de imprensa Carla, de 29 anos, entende a palavra “interatividade” como uma troca de mensagens onde o telespectador, no caso, teria poder de influência. Não ocorrendo essa influência, a interatividade passaria a não acontecer. Pelo menos integralmente, conforme ela analisa:

“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.”

#### 4.4.

#### **Afinal, o telespectador percebe a TV como interativa? O discurso da interatividade à luz do que foi dito pelos entrevistados.**

A análise feita no terceiro capítulo indicou que os entrevistados percebem a TV como um meio de comunicação interativo. No entanto, quando as respostas dos sujeitos foram submetidas à teoria anteriormente discutida, o resultado final se

alterou. Causando, inclusive, uma aparente contradição de resultados, como poderá ser percebida a seguir:

“Participação com poder de influência e troca de informações”. Assim foi definida pelos entrevistados a palavra “interatividade”<sup>1</sup>. Quando perguntados se a televisão é interativa, algumas contradições aparecem, como, por exemplo, no discurso da publicitária Eliana, 31 anos:

“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.”

Inicialmente ela diz que a televisão não é interativa, no entanto, em outro momento, ela fala o inverso:

“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 quê foi colocado dessa maneira? E até mesmo criticar... 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 que não eu chegar e falar: eu quero participar? Então, de repente, sugerir, sabe, essa coisa de você ter uma ligação mais próxima?(...) 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... Na minha opinião tinha que ter e-mail, tinha que ter cartas, e aquela coisa de pesquisa.”

Note que ela diz que a TV não é interativa porque o público não pode se relacionar com o veículo. Apesar de muitos canais de TV e programas oferecerem números de telefone e endereços de e-mail para o telespectador – conforme demonstrei no item 2.3.1 – Eliana sugere o uso desses meios de comunicação para o telespectador poder se relacionar com a TV. 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.

---

<sup>1</sup> Apenas como referencial teórico, vale lembrar que no segundo capítulo a palavra interatividade foi definida como o diálogo que acontece entre o emissor e o receptor através do mesmo meio de comunicação. Baseada nas idéias de Pierre Lévy, defini meio de comunicação como qualquer veículo através do qual mensagens podem ser transmitidas e ou recebidas.

Outra entrevistada que também se contradiz é Maria. A analista de sistemas, de 28 anos, começa afirmando que para ela a TV não é interativa. Logo depois, diz que alguns programas exibidos na TV são interativos e, no final, termina dizendo que não interage com a TV.

“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. *Video-cassetadas*...”

Seu discurso contraditório, provavelmente, é baseado em sua experiência com a internet, em que a sensação de participação é única e pessoal. Já a TV, conforme demonstrado no segundo capítulo, não permite que cada telespectador interaja individualmente com o veículo.

Ainda mais contraditória é a resposta apresentada pelo único entrevistado que passou pela experiência de um programa de participação direta. Mesmo tendo declarado que a TV não precisa mudar o seu formato, porque as formas de participação existentes são perfeitas, aqui André diz que a TV não é interativa. Mas em seguida o analista técnico, de 25 anos, se contradiz e fala que a TV 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?”

Ou seja, aparentemente ele não considera a TV interativa. No entanto, quando ele participa e se inclui dentro do programa a sensação que tem é diferente, como o próprio declarou:

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

Talvez, por isso, seu discurso seja confuso. Para ele, a TV é parcialmente interativa.

Acredito que as respostas contraditórias sobre a pergunta “a TV é interativa?” sejam causadas pelo fato de que, diferentemente dos meios interativos, o discurso da interatividade na TV obriga o telespectador a se submeter às regras estabelecidas pelas emissoras. Isso já não acontece com a internet, onde a informalidade e a capacidade auto-reguladora de comunicação permite que cada um tenha a própria voz e receba respostas individualizadas, o que é bem diferente da proposta dos programas que pedem o voto do telespectador e que se auto-intitulam interativos.

De qualquer maneira, a julgar pelas respostas da minha pesquisa, o discurso da interatividade está vinculado a um novo estilo de programa que a TV vem divulgando e não a um meio de comunicação interativo, como parece que a TV vem querendo se passar.

Respostas como as que se seguem sinalizam esta percepção. O mais novo do grupo, de apenas 25 anos, é quem melhor demonstra esta visão.

“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?...”, André, analista de estudos técnicos.

Com a mesma percepção, a mais velha do grupo, de 70 anos, também sente que a interatividade na TV está vinculada a um gênero de programa, e não a um meio de comunicação interativo.

“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”. Letícia, funcionária pública.

Ela circunscreve a interatividade a alguns poucos programas e dá a entender que a TV é pobre neste aspecto. Ou seja, não oferece muita interatividade.

Quem também entende a interatividade televisiva como um estilo de programa é a professora Priscila, 29 anos.

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

Ao demonstrarem esta percepção, meus sujeitos corroboram a visão do sociólogo Pierre Lévy, de que a televisão está se tornando uma mídia multimídia e não convergente. Como já explicitado, os telespectadores percebem o uso que a TV vem fazendo de outros suportes de comunicação. Talvez, por isso, eles não enxerguem a televisão como um meio de comunicação interativo.

As categorias lançadas por Pierre Lévy sobre a relação entre os participantes da comunicação também aparecem nesta pesquisa. De fato, a televisão de hoje é incapaz de estabelecer uma comunicação um-um e/ou todos-todos. Segundo a teoria de Lévy, o modelo de comunicação um-um é aquele que permite relações recíprocas entre os interlocutores como, por exemplo, o telefone. Já o modelo todos-todos é aquele que, ao menos potencialmente, permite que os usuários se relacionem com todos os usuários numa relação recíproca, progressiva e cooperativa, como acontece na internet. Com base nas idéias de Lévy, e no discurso dos meus sujeitos, é de se concluir que a televisão vem procurando esse tipo de comunicação. No entanto, sua capacidade é limitada apenas às categorias um-todos, que é quando um centro emissor envia suas mensagens a um grande número de receptores passivos e dispersos, e todos-um, que seria o inverso do modelo um-todos. Isto é, um grande número de emissores, ativos e dispersos, enviando mensagens a um centro emissor que, no caso, é a televisão.

O fato é que se a televisão não estivesse usando mídias interativas em sua comunicação, ela seria apenas qualificada como um-todos. Ou seja, um meio de comunicação que envia mensagens para um todo que é incapaz de enviar mensagens de volta para este meio. Deste modo, ajudada por esses suportes de comunicação a televisão vem promovendo uma verdadeira confusão na sensação de interatividade que o telespectador-usuário de internet conhece.

Claro ficou nesta pesquisa que alguns telespectadores querem se expressar e se comunicar com a televisão, da mesma forma como o fazem com a internet e com o telefone. Outros, no entanto, não parecem se interessar por este tipo de

comunicação. Cabe ao telespectador querer ou não participar dos programas de TV intitulados interativos, mesmo que eles não sejam percebidos como tais. A julgar pela análise do discurso feita nesta dissertação, tanto os telespectadores não interativos quanto os potencialmente interativos, não percebem a TV como um meio de comunicação interativo. Para eles, o discurso da interatividade está vinculado a um novo estilo de programa que a TV vem divulgando.

Quem sabe no dia em que a TV permitir alterações e interferências do telespectador através do próprio aparelho televisor, ela poderá ser chamada e percebida como interativa?