

**DAYVES AUGUSTO VEGINI**

**A participação do público em programas de televisão.**

**CELACC/ECA-USP**

**2014**

**DAYVES AUGUSTO VEGINI**

**A participação do público em programas de televisão.**

Trabalho apresentado no curso de Pós-Graduação em Mídia Informação e Cultura no Centro de Estudo Latino-americano sobre Cultura e Comunicação - Estudos de Comunicação e Arte / Universidade de São Paulo (ECA/USP).

Professor orientador:

Ricardo Alexino

**CELACC/ECA-USP**

**2014**

## **A participação do público em programas de televisão.**

**Resumo:** O presente trabalho traz uma discussão sobre a participação do público em programas de televisão. E também traz para debate o termo interatividade usado com frequência na maioria desses programas, e como ele é usado como forma de qualificação do conteúdo apresentado. No decorrer do texto alguns exemplos de programas de televisão, que foram pioneiros em trazer o público para mais perto do conteúdo apresentado, serão exemplificados.

**Palavras – chave:** televisão, público, telespectador, internet, participação, interatividade.

**Resumen:** Este trabajo se propone a hacer una discusión sobre la participación del público en programas de la televisión. Y además visa debatir el término interactividad utilizado a menudo en la mayoría de ellos. Aparte observa cómo este término es también utilizado como una forma de clasificación/qualificación del contenido presentado. A lo largo del texto algunos ejemplos de programas de televisión que fueran pioneros en atraer al público a acercarse del contenido presentado, serán ejemplificados.

**Palabras clave -** Palabras clave: televisión, audiencia, espectador, internet, participación, interactividad.

**Abstract:** The aim of this study is to make a discussion about spectator's participation in television programs. Moreover, we discuss about the term "interactivity", which is often used in many programs and how it is used with intention to qualify the presented content. Throughout the text some television programs, which were pioneers to bring the public closer to the displayed content will be exemplified.

**Keywords:** Television, audience, viewer, internet, participation, interactivity.

## **Agradecimentos**

**Agradeço aos conhecimentos obtidos durante o curso de Mídias, Informação e Cultura oferecido pelo Celacc. Aos professores que compartilharam seus conhecimentos e as amizades construídas durante esse período.**

## **Sumário**

Introdução.....	06
A palavra “Interatividade” como meio de qualificação da participação.....	08
Participação do público em programas de televisão.....	10
Segunda Tela.....	12
Conclusão.....	14
Referências bibliográficas.....	17
Referências eletrônicas.....	18
Anexo.....	19

## Introdução

“Ninguém nasce sabendo participar, mas, como se trata de uma necessidade natural, a habilidade de participar cresce rapidamente quando existe oportunidade de praticá-la”. (BORDENAVE, 1994, pg 78).

Quando a televisão chegou ao Brasil nos anos de 1950, um dos primeiros programas a buscar a participação do telespectador<sup>1</sup> foi o “Céu é o Limite” apresentado por J. Silvestre<sup>2</sup> na TV Tupi, sendo o precursor do estilo perguntas e respostas, o programa alcançou altos níveis de audiência e foi copiado por outras emissoras. Modelo de programa que até hoje é copiado, como por exemplo, o “Passa ou Repassa” no SBT e o “Mega Senha”, da Rede TV.

E esse modo de trazer para perto o público que assiste televisão continua sendo buscado, tanto pelos canais abertos quanto os fechados. Com o avanço das tecnologias a comunicação direta com os programas de televisão ganha espaço dentro das redes sociais. Comentar, compartilhar e curtir virou uma prática comum entre os telespectadores. “Desde os primórdios a televisão procura a interação com o público: envio de cartas aos programas, por exemplo, é uma das tradições mais antigas entre telespectadores”. (CANNITO, 2010, pg 144).

Aguçar, motivar, encorajar essa prática fica visível quando o assunto é compartilhamento de informação dentro da internet e nas redes sociais. Sobre qualquer tipo de assunto as pessoas se sentem confortáveis em expressar suas opiniões.

“O sujeito moderno não só está informado e opina, mas também é um consumidor voraz e insaciável, de novidade, um curioso impenitente, eternamente insatisfeito. Quer estar permanentemente excitado e já se tornou incapaz de silêncio”. (BONDIA, 2002, pg 23).

---

<sup>1</sup> Espectador é um substantivo masculino e se refere a uma pessoa que assiste a um espetáculo ou que presencia um acontecimento.

<sup>2</sup> João Silvestre como J. Silvestre, foi um ator, escritor e apresentador de televisão. Apresentou o programa de perguntas e respostas “ O céu é o limite” obtendo recordes históricos de audiência, ficou conhecido pelo seu bordão "absolutamente certo!".

E para acompanhar essa nova maneira de se comunicar, os meios de comunicação começam a reformular seu modo de aproximação com o público. É um desafio para a televisão se depara com uma nova geração de consumidores e debatedores de informação.

Em 2012 a novela das sete da rede globo, “Cheia de Charme” inovou quando liberou pela primeira vez na internet uma cena inédita, que ainda não havia sido transmitida na tv. Segundo o autor da novela, Felipe Miguez, em pouco tempo a cena da novela tinha alcançado 2 milhões de acesso.

Em 2014 a novela “Geração Brasil” dos autores Felipe Miguez e Izabel de Oliveira, apresentado no horário das sete horas pela Rede Globo, inovou no período de copa do mundo, modificando o seu conteúdo durante nove capítulos.

## **A palavra “Interatividade” como meio de qualificação da participação.**

O termo interativo faz referência à interação, na qual comunicação, pode ser descrita quando há relação entre o indivíduo e a fonte e/ou emissor. E na informática entende-se por interação à troca de dados e/ou informações, com o usuário.

A palavra interatividade pode ser um adjetivo que qualifica vários tipos de segmentos e formas de participação do consumidor no produto apresentado. Nas mídias, cria-se a ilusão de interação.

O sociólogo Marcos Silva<sup>3</sup> exemplifica no seu texto “O que é interatividade”, algumas formas de como alguns produtos podem trazer essa característica e comenta como o termo interativo está sendo usado como uma forma de qualificar o produto apresentado.

“Os brinquedos eletrônicos, videogames e telas táteis que dão informações quando tocadas. São chamados de brinquedos interativos ou sistema interativo de informação. Estes e outros exemplos mostram o alastramento do adjetivo que hoje seduz o consumidor, espectador ou usuário, dando a ele alguma possibilidade ou sensação de participação ou interferência. É preciso, portanto, depurar o conceito”. (SILVA, Marco. O Que É Interatividade, disponível no site <<http://www.senac.br/BTS/242/boltec242d.htm>> Acesso em 06/09/2014.)

Na televisão a interatividade acontece desde o começo, onde os telespectadores enviavam cartas para os programas para participar de sorteios, por exemplo, mais tarde veio as ligações telefônicas, quando o telespectador entrava ao vivo e hoje a participação está ligada à internet e a rápida comunicação dentro das redes sociais, blogs e sites.

“A interferência direta causa no espectador a impressão de que está no comando de um jogo. Já nos primórdios a televisão se empenhava em criar tal sensação, e hoje a interatividade do ambiente digital ajuda a potencializá-la, ou seja, a efetivar o caráter de televisão” (CANITTO, 2010).

---

<sup>3</sup> Marco Silva é sociólogo (UFRJ), mestre em Educação pela Fundação Getúlio Vargas, professor da Universidade Santa Úrsula/RJ, da Universidade Estadual do Rio de Janeiro e da Escola de Professores/RJ.



O conceito de interatividade não é algo novo, em 1950 programas infantis americanos motivavam as crianças a colocarem um papel colorido na frente da tela e a desenhar uma ponte para que o personagem pudesse passar de um penhasco a outro.

Segundo o pesquisador Alan Angeluci<sup>4</sup>, o que muda são as plataformas tecnológicas para propiciar uma ação interativa mais interessante. Nos anos 2000 há a mudança do sinal analógico para o digital que permite não só a transmissão com áudio e vídeo mas como também dados, onde abre caminhos para construção de conteúdos e aplicações interativas

Wilson Yonezawa<sup>5</sup> fala que a questão da interatividade pode ocorrer em vários níveis, como por exemplo, com o controle remoto. Pode ter outro tipo de interatividade com imersão no ambiente, que com as novas tecnologias, com a ideia da digitalização da convergência e com o poder computacional, pode ser criada situações onde muda um pouco o nível de interatividade.

Os conteúdos interativos estão também nos materiais de áudio visual áudio visual, vivemos hoje a era das telas. Pode-se navegar através de várias telas, plataformas, celulares, dispositivos móveis, portabilidade. A audiência influencia o conteúdo em vários níveis. E são conteúdos pautados por evoluções tecnológicas.

---

<sup>4</sup> Alan Angeluci desenvolveu estudos de pós-doutorado no Department of Radio-Television-Film, University of Texas at Austin (EUA). Doutor em Ciências com ênfase em Sistemas Eletrônicos pela Escola Politécnica da Universidade de São Paulo.

<sup>5</sup> Wilson Yonezawa é professor, do Programa de Pós-graduação em Televisão Digital, da Unesp de Bauru.

## **Participação do público em programas de televisão.**

Desde a sua inauguração no Brasil, o televisor virou um dos principais aparelhos dentro de casa. Faz parte do cotidiano formando modelos e padrões de comportamentos, haja vista as novelas brasileiras as quais apontam tendências da moda, estilos, musicais, etc.

“Ver televisão é mais algo que associamos ao Lazer e ao prazer. Mas também um hábito, algo que fazemos rotineiramente sem considerar as condições sociais, históricas, técnicas que marcaram a popularização dos meios, primeiro nos Estados Unidos e depois em vários países”. (TEMER E TONDATO, 2009, pg 12).

Com uma combinação de imagens, sons e programação a televisão virou um dos meios de comunicação de massa, em sua trajetória sempre se aproximou e refletiu um pouco sobre a sociedade fora das telas. Retratados em novelas, jornais, e programas de auditório, o público poderia ter a sensação que fazia parte da programação e do conteúdo exibido.

Em 1991 entrava no ar um novo modelo de programa de auditório com uma plateia que fazia parte do conteúdo. Com apresentação de Serginho Groissman<sup>6</sup>, o “Programa Livre”, exibido no SBT, deu a possibilidade da plateia, geralmente composta por jovens e estudantes, a fazer perguntas para os convidados do programa. Artistas, políticos e personalidades do momento eram sempre chamados e questionados sobre seus trabalhos e também vida pessoal. Temas que geralmente não eram discutidos abertamente na época como sexo e drogas eram abertamente discutidos no programa.

No começo dos anos 90 o programa “Você Decide” entrou no ar com a intenção de inovar na participação do público com a história apresentada. Com temas polêmicos como aborto e a violência o telespectador poderia, através do telefone, escolher o final da trama. Por oito anos o programa teve vários apresentadores e horários diferentes. A ideia foi vendida para outros países.

---

<sup>6</sup> O primeiro programa que Serginho Groissman apresentou na televisão foi o *TV Mix*, na Rede Gazeta, no fim da década de 1980. Teve destaque com o programa *Matéria Prima*, onde as perguntas eram feitas pela plateia, constituída de jovens, formato este mantido depois em 1991 quando Serginho foi para o SBT apresentar o *Programa Livre*.

E em 2014 a novela das sete do mesmo autor, “Geração Brasil”, teve nove capítulos reformulados e adaptados para o período da copa do mundo. Nesse intervalo foi criado dentro da novela um *reality show* fictício onde os personagens tinham que criar um aplicativo e torna-lo popular. A ideia, que saiu da ficção, motivou cerca de 700 mil pessoas baixaram esse aplicativo em seus smartphones e tablets, onde a cada dia era lançado um desafio para ser executado, como por exemplo, imitar uma dança de um personagem da trama e enviar o vídeo que era exibido durante a novela.

## Segunda Tela

O termo segunda tela é uma expressão usada para falar sobre uma nova opção de interação entre internet e televisão (a primeira tela). A internet ganha cada vez mais atenção da mídia televisiva na mesma velocidade em que os smartphones e os tablets estão se tornando popular e atraindo mais pessoas para dentro da internet.

Hoje, assistir televisão e ter o computador do lado é hábito comum nos lares brasileiros. Esse fluxo de conteúdo em diversas plataformas de mídia traz ao telespectador a possibilidade de saciar a sua necessidade de informação e atualização sobre determinado assunto.

“Tal hipótese é sempre aventada quando surge uma nova mídia, mas nunca se efetivou. O cinema não eliminou o teatro, a televisão não eliminou o cinema. Da mesma forma, a internet não vai eliminar a televisão. Todas as mídias permanecem, interagem e se complementam”. (CANNITO, 2010, pg 17).

Os aplicativos dos canais que usam a segunda tela estarão sincronizados com a televisão. Hoje, a Bandeirantes, a Cultura e o ESPN são exemplos de canais que estão aderindo a essa nova mídia.

A TV Cultura está vivenciando essa experiência da Segunda Tela em alguns dos seus programas. A emissora utiliza a internet como um complemento real à televisão (a primeira tela). O Jornal da Cultura usa essa ferramenta para dar mais atenção ao telespectador em suas matérias fora da televisão.

A TV Bandeirantes iniciou a sua parceria com o aplicativo durante os jogos da Copa das Confederações, que aconteceram no Brasil em 2013, onde o telespectador poderia no ato do jogo ter ficha técnica dos jogadores, estatísticas e curiosidades sobre a seleção brasileira. Hoje o aplicativo está junto com outros programas da emissora, como por exemplo, o “Quem fica em pé”, apresentado por José Luiz Datena. O telespectador pode baixar o aplicativo e participar do programa respondendo as perguntas e acumulando pontos.

E a ESPN, canal com a temática esportiva, lançou no mês de novembro de 2013 o aplicativo que traz para o seu público um sincronismo com a programação do canal,

suas redes sociais e a interatividade. Quando os narradores citarem um jogador, logo aparecerá informações sobre ele nesse aplicativo.

Canais na internet, como por exemplo, Youtube, Facebook, Twitter estão em constante atualização da informação. Seja ela feita por jornalista ou por pessoas comuns que podem compartilhar sobre o assunto em questão.

A televisão busca junto com a web trazer essas informações para os telespectadores. A relação de troca de informação feita pela internet está mudando o hábito das pessoas de como veem televisão e como consomem informação.

Os telespectadores estão aprendendo a usar essas novas tecnologias como um complemento no seu dia a dia de forma que nunca fiquem desconectados com que acontece no mundo.

## Conclusão

O brasileiro está cada vez mais habituado a usar as ferramentas de comunicação instantânea que estão dispostas nos celulares e tablets. Jornais e revistas impressos estão virando virtual. Os programas de televisão fazem conexão direta com a internet. A vida cotidiana está cada vez mais dinâmica.

A comunicação direta com os programas de televisão e os comentários dentro das redes sociais estão virando uma prática comum entre os telespectadores. Programas como os *reality shows* estão tendo cada dia mais atenção do público que gosta de comentar como se estivesse dentro do programa.

Hoje as pessoas buscam cada vez mais entretenimento, interatividade e informação dentro da internet. Os jornais, por exemplo, buscam ter a informação na mesma velocidade com o que acontece dentro das redes sociais. Os jornalistas procuram novas formas de atingir um público que hoje está mais atento e conectado a tudo que acontece em sua volta.

Reformular uma prática que está há anos está da mesma forma é um desafio para a televisão que passa por essa mudança de modos e maneiras de se comunicar com seu público e sustentar a credibilidade para uma nova geração de consumidores de informação.

A televisão ditou por muito tempo o comportamento, a forma, o jeito, a moda e até as gírias de uma época. Foi o principal meio de comunicação, de informação, entretenimento e lazer de muitas gerações. Padrões culturais foram construídos, ídolos nasceram e foram transformados em pessoas especiais.

A televisão é ainda um importante meio de comunicação de massa muito nos lares dos brasileiros. Une as pessoas em volta do aparelho e mantém uma relação de confiança com seu público. Se apresenta como uma potente fonte de informação e credibilidade.

“A internet e os games são linguagens individuais, pautadas pela possibilidade de o público escolher o próprio caminho. A televisão, ao contrário, é uma experiência coletiva. As pessoas assistem não apenas para ter uma experiência individual, mas também para dialogar com o seu vizinho”. (CANNITO, 2010)

As novas tecnologias e a internet poderão mudar a forma como se assiste à televisão e como interagimos com seu conteúdo. Uma mídia não vai excluir a outra, elas tendem a se complementarem e transformar a forma como o conteúdo será apresentado para o público.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANGELUCI, Alan; YONEZAWA, Wilson, **Programa Diálogos - Interatividade na TV - TV Unesp**, disponível no site: <https://www.youtube.com/watch?v=NGFpDiOFSfE> Acesso em: 01/05/2014.

Band.com.br **App da Band**, disponível no site:

<<http://www.band.uol.com.br/segundatela/>>. Acesso em: 20/07/2014.

BONDÍA, Jorge Larrosa. **Notas sobre a experiência e o saber de experiência. Barcelona, Espanha: Universidade de Barcelona, 2002.**

BORDENAVE, Juan E. Díaz. **O que é comunicação.** São Paulo, SP: Brasiliense, 2005.

BORDENAVE, Juan E. Díaz. **O que é participação.** São Paulo, SP: Brasiliense, 1994.

CANNITO, Newton. **Televisão na era digital, a – interatividade, convergência e novos modelos de negócio.** São Paulo, SP: Summus, 2010.

CASTELLS, Manuel; CARDOSO, Gustavo. **A sociedade em rede . Do conhecimento a ação política.** Belém do Pará – PA, Imprensa Nacional – Casa da Moeda, 2006.

CMAIS. **Segunda tela permite transmissão de conteúdos paralelos**, disponível no site:

Exame.com. **ESPN lança aplicativo de segunda tela**, disponível no site:

<http://exame.abril.com.br/tecnologia/noticias/espn-lanca-aplicativo-de-segunda-tela>

Acesso em : 20/07/2014.

GROISMAN, Serginho, disponível no site

<[http://pt.wikipedia.org/wiki/Serginho\\_Groisman](http://pt.wikipedia.org/wiki/Serginho_Groisman)> Acesso em 05/09/2014.

MIGUEZ, Felipe, **Felipe Miguez comenta cena marcante de Cheia de Charme**, disponível no site:<<http://globo.com/rede-globo/na-moral/t/o-programa/v/filipe-miguez-comenta-cena-marcante-de-cheias-de-charme/3505273/>>. Acesso em 23/07/2014.

Programa Jornal e Educação – **Pesquisa do datafolha aponta as principais fontes de informação dos jovens**, disponível no site :<<http://pje.anj.org.br/pesquisa-do-datafolha-aponta-as-principais-fontes-de-informacao-dos-jovens?highlight=WyJmb250ZSIsImRlIiwiaW5mb3JtYVx1MDBIN1x1MDBIM28iLCJ>



kb3MiLCJqb3ZlbnMiLCJmb250ZSBkZSIsImZvbnRIIGRIIGluZm9ybWFcdTAwZTdc  
dTAwZTNvIiwiZGUgaW5mb3JtYVx1MDBIN1x1MDBIM28iLCJkZSBpbmZvcmlhX  
HUwMGU3XHUwMGUzbyBkb3MiLCJpbmZvcmlhXHUwMGU3XHUwMGUzbyBk  
b3MiLCJpbmZvcmlhY2FvIGRvcyBqb3ZlbnMiLCJkb3Mgam92ZW5zIl0=>. Acesso  
em:20/07/2014.

SILVA, Marco. **O Que É Interatividade**, disponível no site  
<<http://www.senac.br/BTS/242/boltec242d.htm>> Acesso em 06/09/2014.

SILVESTRE, Jota, disponível no site <[http://pt.wikipedia.org/wiki/Jota\\_Silvestre](http://pt.wikipedia.org/wiki/Jota_Silvestre)>  
Acesso em 06/09/2014.

TEMER, Ana Carolina Rocha Pessoa; TONDATO, Márcia Perecin. **A televisão em  
busca da interatividade. Uma análise dos gêneros não-ficcionais**. Brasília, BSB:  
Casa das Musas, 2009.

Tv Cultura <[http://cmais.com.br/imprensa/segunda-tela-permite-transmissao-de-  
conteudos-paralelos](http://cmais.com.br/imprensa/segunda-tela-permite-transmissao-de-<br/>conteudos-paralelos)>. Acesso em: 20/07/2014

## **Anexo**

### **Entrevista**

José Armando Vannucci, jornalista do blog Parabólica, do site UOL, especializada em televisão brasileira concedeu uma entrevista por email onde expõe a sua opinião e visão sobre o futuro da televisão, internet e segunda tela.

### **Sobre Segunda Tela e Internet**

#### **1 – A televisão está mais ligada com o que acontece dentro da internet?**

A televisão, assim como outras mídias tradicionais, está muito preocupada com a internet e tenta encontrar o melhor caminho para se beneficiar com esta plataforma. Os responsáveis pelas emissoras abertas e fechadas já perceberam que é impossível não contar com a internet na produção de conteúdo e na formação de audiência. Formatos e assuntos que surgem nos veículos digitais já pautam e “inspiram” os profissionais da TV.

#### **2 – A segunda tela é uma nova possibilidade da televisão não perder público?**

A segunda tela utilizada corretamente pode funcionar muito bem na conquista do público, principalmente dos mais jovens acostumados com mais agilidade no consumo de conteúdo, seja jornalístico ou de entretenimento. Ainda não é possível medir de uma segura o impacto da segunda tela na formação da audiência da TV, mas já se sabe que o telespectador assiste aos seus programas em parte com o auxílio ou presença da internet.

#### **3 - A interatividade serve também como um termômetro de como a audiência está acompanhando a programação?**

Em parte, afinal há um segmento do público que ainda resiste à interatividade, mas é um termômetro importante.

#### **4 - A Segunda Tela veio para ficar ou será uma moda passageira?**

A Segunda Tela já é realidade e deve ganhar cada vez mais espaço. Acredito que o conceito de Segunda Tela ainda não está solidificado entre os produtores de TV.

Muitos acreditam que basta jogar na internet o conteúdo produzido pela TV. Este é um grande engano. A Segunda Tela também não é o complemento da primeira, mas algo que possibilite a ampliação do conteúdo, que aumente a capacidade de absorção do público.

### **Sobre a televisão:**

#### **1 – Como você analisa os programas da televisão aberta hoje?**

A televisão brasileira ultrapassa um período de transformação, mas não tem certeza para onde caminha. Todos sabem que é necessário evoluir porque o telespectador mudou, mas existe certa resistência com as inovações em função da competição mais acirrada pela audiência. Como ninguém quer perder Ibope, a solução é não correr riscos e apostar somente na certeza dos números. Com isso, poucos são os momentos de qualidade e inovação. Os programas repetem as dinâmicas de quem consegue mais audiência. Com o tempo, afastam, o público.

#### **2 – Que tipo de programa já não tem mais o mesmo apelo para o público e qual ainda é muito importante no Brasil?**

A teledramaturgia sempre terá espaço na televisão brasileira, mas também terá que achar formatos mais interessantes e dinâmicos. ‘Amores Roubados’ é um excelente exemplo, pois agradou aos mais jovens e aos mais velhos, conseguiu mostrar que dramaturgia bem feita pode ser consumida pela massa. Os telejornais popularescos começam a perder força.

#### **3- Como você avalia os programas de auditório e os apresentadores?**

Os programas de auditório representam muito bem o que escrevi na resposta anterior: ninguém tem coragem de fazer o diferente e essa repetição mais afasta do que aproxima o público. Há novos apresentadores neste segmento, mas nenhum avanço porque os mais jovens copiam o estilo dos mais velhos e não se arriscam na modernidade. Este é um segmento da programação que necessita ser revisto e repaginado.

## **5 - Você visualiza qual futuro para a televisão?**

A televisão brasileira será cada vez mais segmentada com importante participação dos canais por assinatura. A produção multiplataforma será uma realidade, as TVs abertas investirão mais nos grandes eventos, a cobertura factual ganhará espaço e só sobreviverá quem conseguir oferecer mais possibilidades e sensações ao público.