

Interatividade na Televisão

Natália Carvalho do AMARAL¹

A televisão é um meio de comunicação que gera entretenimento e informação para os indivíduos, a sua evolução é constante e hoje vive uma nova fase, a implantação da interatividade.

Podemos dizer que a televisão brasileira nasceu em 1950, com o surgimento da TV Tupi, primeira emissora do país. Os primeiros programas da televisão eram transmitidos ao vivo e marcados pelo imprevisto, podemos dizer que eles imitavam o rádio. As pessoas eram apenas espectadores, ou seja, passivos.

Com a progressão da tecnologia ocorre um aumento da exigência da população, eles querem opinar sobre a programação, querem contribuir com a mesma, ou seja, querem fazer parte da televisão. Uma necessidade humana que precisava ser suprida. Segundo Teixeira (2007), “a comunicação pressupõe interação, a televisão necessitava de maior proximidade entre emissor e receptor no contexto da distribuição massiva”. Esta demanda fez com que os programas de televisão criassem estratégias para a participação do público.

O apresentador Silvio Santos, nos anos 60, apresentava um quadro chamado “Justiça dos Homens”, neste caso a interação acontecia somente com a sua platéia e os jurados que participavam do programa, onde eles decidiam o resultado de um caso apresentado.

Este programa utilizou certa interação, mas os indivíduos queriam e querem estar no conforto dos seus lares e poder ter esta mesma interação, então apresentamos a interatividade. De acordo com Montez e Becker (apud SOUZA, 2007), a interação ocorre entre dois ou mais interatores, ao contrário da interatividade, que é intermediada por um meio eletrônico.

As primeiras formas de interatividade com o espectador se deram através do telefone. Podemos citar o exemplo do programa Você Decide, transmitido na Rede Globo, onde era apresentado um episódio, com um final diferente a ser escolhido pelos telespectadores através de votações, programa um pouco semelhante com o do Silvio

¹ Graduanda do Curso de Comunicação Social da UFPB, habilitação Radialismo.

Santos mas com a utilização do telefone. Outro programa com as mesmas características foi o policial “Linha Direta”, também exibida na Rede Globo.

A televisão brasileira passou por outra fase interativa, que foi a inclusão de videogames na programação, como o “TV Pow”, exibido no SBT, onde crianças e adolescentes gritavam “Pow” pelo telefone, como uma forma de comando à distância. Outro programa neste estilo foi o Hugo Game, um programa de grande sucesso criado por um estúdio de televisão dinamarquês chamado Interactive Television Entertainment (ITE), o programa acabou virando franquia e foi exibido em mais de 40 países. No Hugo game o espectador controlava o personagem virtual na tela da TV da mesma maneira que em um videogame, sendo que com o auxílio das teclas do telefone.

A MTV Brasil foi outra emissora que investiu em um programa com este mesmo formato, o “Garganta e Torcicolo”, mudando somente os personagens.

Atualmente, as formas de interatividade na televisão se multiplicaram com a evolução da internet e suas mídias sociais. As mídias sociais incluem os blogs, micro blogs, videologs, redes sociais. O grande destaque vai para o twitter que tem sido muito utilizado pelos programas de televisão.

Segundo Moran (2002), a MTV foi a emissora que saiu na frente, no quesito interatividade. Durante toda a sua programação aparecem as “twittadas” instantâneas dos seus telespectadores demonstrando a sua opinião sobre a programação, ressaltando que a emissora não restringe os comentários, pois já observei opiniões maldosas sobre a programação exibida. Este é um grande exemplo de liberdade e participação do telespectador.

De acordo com entrevista realizada com Cris Lobo, diretora de programação da MTV, pela Revista Tela Viva (apud MORAN, 2002), as pessoas não querem mais simplesmente assistir à televisão, querem se expressar através da TV, mostrar sua cara, por isso a interatividade é tão importante. Ela possibilita uma interlocução com o público, enriquece a programação. Cris Lobo ainda afirma que a MTV já utiliza recursos interativos há muito tempo, mas a grande virada veio em 99 e nesse ano a emissora dobrou a audiência, e isso teve muito a ver com a interatividade.

Podemos citar alguns exemplos de programas bem interativos da emissora, como o Acesso MTV. Este programa é diário e ao vivo, duas apresentadoras falam sobre as novidades do mundo musical, levantam debates para interagir com o público

através do twitter, e-mail e telefone, e durante a semana é feito um levantamento de qual banda o telespectador quer ver no programa, o público é quem manda.

O desejo por interatividade aproximou a internet da TV, e a TV Digital irá difundir esses dois meios de comunicação. Atualmente, para ter esta interatividade o individuo precisa de outro meio eletrônico, como o computador e o celular, mas em breve precisará somente do controle remoto.

Durante a programação as pessoas poderão comprar a roupa que o artista está usando, uma viagem para o local onde a novela está sendo filmado, dar sua opinião sobre determinado assunto, participar de enquetes, montar a sua programação, rever programas anteriores.

O modelo da TV Digital interativa ainda não foi implantado no Brasil. Segundo Montez e Becker (2004), o motivo é a incerteza do retorno deste investimento para a implantação do novo sistema, o mercado consumidor para esses novos produtos é essencial, se este consumo não acontecer o modelo estará fadado ao insucesso.

Podemos observar que na verdade não teremos uma interatividade por completo, pois se realmente pudermos interferir na programação não optaremos por assistir as propagandas e com isso a televisão não terá como se sustentar.

De acordo com Steuer (apud MONTEZ e BECKER, 2004), interatividade “mede” o quanto um usuário pode influenciar na modificação imediata, na forma e no conteúdo de um ambiente computacional.

Com esta afirmação percebemos que a interatividade permite que o indivíduo possa modificar a forma e o conteúdo do ambiente, então nós não teremos interatividade real na televisão, pois não iremos poder transformar a programação. Simplesmente iremos fazer compras e dar opiniões.

Acredito que a interatividade na televisão brasileira existe e irá crescer, como vimos sua evolução no decorrer deste artigo, mas ela nunca será parte do total, sempre haverá limitações. Afinal, a televisão precisa receber recursos para existir.

Referências

MONTEZ, Carlos; BECKER, Valdecir. **TV Digital Interativa: Conceitos e Tecnologias**. São Paulo: 2004. Disponível em: <<http://www.das.ufsc.br/~montez/publications/2004%20MinicursoWebMidia.pdf>>. Acesso em: 08 de dez. de 2010.

MORAN, José Manuel. **A interatividade na Televisão e nas Redes Eletrônicas**. São Paulo: 2002. Disponível em:
<http://www.eca.usp.br/prof/moran/interativ.htm#_ftn17>. Acesso em: 07 de dez. de 2010.

SOUZA, Ozéias Teixeira de. **Tecnologia digital e interatividade na televisão**. São Paulo: Revista Brasileira de Marketing, 2007. Disponível em:
<<http://revistabrasileiramarketing.org/ojs-2.2.4/index.php/remark/article/view/1194/924>>. Acesso em: 04 de dez. 2010.

TEIXEIRA, Lauro. **Programação Interativa em Televisão Digital**. São Paulo: 2007. Disponível em: <<http://www.ufscar.br/rua/site/?p=695>>. Acesso em: 04 de dez. de 2010.

Artigo produzido para a Disciplina Introdução à Comunicação, período 2010.2, do professor Marcos Nicolau.

Aluna do Curso de Comunicação Social/Radialismo da Universidade Federal da Paraíba.

E-mail: natalia_carvalho_2@hotmail.com