

UNIVERSIDADE TUIUTI DO PARANÁ

Jairo Nascimento

Juan Pineda

Programa Papo Furado

Curitiba

2011

Jairo Nascimento
Juan Pineda

Programa Papo Furado

Monografia apresentada a Universidade
Tuiuti do Paraná para obtenção do título
de especialista MBA em Gestão e
Produção de Rádio e TV.

Orientadora: Profª Carla Pollake da Silva

Curitiba
2011

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	07
2. OBJETIVOS	08
2.1 OBJETIVOS GERAIS	08
2.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	08
3. JUSTIFICATIVA	09
3.1 INTERESSE DO PÚBLICO ALVO PELO TEMA	09
3.2 PROGRAMAS SIMILARES / DIFERENCIAL	12
4. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	14
4.1 HISTÓRICO DOS HUMORÍSTICOS NA TV BRASILEIRA	14
4.2 INTERNET	16
4.2.1 Convergência	22
4.3 RISO E PSICOLOGIA	25
5. PROCEDIMENTO METODOLÓGICO	28
5.1 FONTE DE DADOS	28
5.2 DELINEAMENTO DAS PESQUISAS	28
5.2.1 Entrevista	28
6. PROPOSTA DE TRABALHO	29
6.1 CATEGORIA / GÊNERO	29
6.2 PÚBLICO ALVO	29
6.3 PROPOSTA DE VEICULAÇÃO EM TV	30
6.4 PROPOSTA DE VEICULAÇÃO NA INTERNET	31
7. PROGRAMA	32
7.1 LINHA EDITORIAL	32
7.2 ESTRUTURA DO PROGRAMA	33
7.3 EQUIPE TÉCNICA	34
7.4 EQUIPE DE PRODUÇÃO	35
7.5 DIREÇÃO DE ARTE	36
7.5.1 Cenografia	37
7.5.2 Projeto Visual	38
7.6 QUADROS DO PROGRAMA	38

8. ORÇAMENTO	43
9. CONCLUSÃO	46
REFERÊNCIAS	47
ANEXOS	52
ANEXO 1.....	52
ANEXO 2.....	55
ANEXO 3.....	57

RESUMO

O objetivo deste trabalho é fazer a proposição do programa televisivo chamado "Papo Furado" cujo formato alia a exibição de conteúdo humorístico produzido por internautas, em forma de curadoria coletiva, com os comentários dos apresentadores e convidados. O projeto propõe a exibição em TV aberta, no canal MTV, ao vivo aos domingos às 23h30 e é destinado ao público de faixa etária entre 16 e 25 anos, masculino, da classe C. Além do resultado pretendido de audiência, faturamento e fidelização do público, o formato se destaca por ter uma plataforma on-line de seu conteúdo além de ser um ensaio para novos formatos que aliem o uso das novas tecnologias. Como fontes, o projeto utiliza a pesquisa bibliográfica, fontes digitais, pesquisa de campo e entrevista. A relevância do programa "Papo Furado" é pungente em um novo formato humorístico para TV que acompanhe as mudanças tecnológicas e sociais a fim de se inserir no novo contexto de entretenimento.

PALAVRAS-CHAVE: humor; internet; curadoria compartilhada; programa televisivo; Papo Furado.

ABSTRACT

The objective of this work is to make the proposition of the television program called "Papo Furado" format which combines the display of humorous content produced by Internet users in the form of curatorial collective, with comments from presenters and guests. The project proposes the display on broadcast, the MTV, live on Sundays at 23.30 and is intended for public aged between 16 and 25, male, Class C. In addition to the desired audience, revenue and loyalty of the public, the format stands out for having an online platform for its contents as well as being a test for new formats that combine the use of new technologies. As sources, the project uses literature, digital sources, field research and interviews. The relevance of the "Papo Furado" is poignant in a new format for TV comedy which follows the technological and social changes in order to insert the new context of entertainment.

KEYWORDS: humor, internet, shared curation; television show, Papo Furado.

1. INTRODUÇÃO

A TV brasileira em seus mais de 60 anos no ar se organizou, modernizou e tornou-se um negócio rentável e influente no país. Em sua programação sempre houve espaço e audiência para os formatos humorísticos. A prova é a presença deles na grade das três maiores redes de TV do Brasil (Globo, Record e SBT). O gênero que passou desde o mais radiofônico que televisivo *Balança mas não cai* (TV Tupi) às muitas interpretações em *Chico City* (Rede Globo) ou da interatividade dos *Legendários* (Rede Record) às esquetes e bordões da *A Praça é nossa* (SBT) em um amplo formato televisivo que funciona como opção de entretenimento.

Neste cenário aparece a proposta do programa *Papo Furado*. A popularização da tecnologia do PC, o *personal computer*, permitiu a proliferação das redes sociais, blogs e sites cada vez mais interativos. O humor permeia todo este conteúdo digital. A mudança de paradigma vem em oferecer um programa no qual se produza e reproduza materiais humorísticos com uma linguagem moderna e próxima a internet. O programa é voltado para exibição na MTV Brasil aos domingos às 23h30, ao vivo, com trinta minutos de duração dividido em três blocos.

A idéia consiste em, sempre com um convidado e dois apresentadores, exibir e comentar vídeos, fotos, comentários engraçados que circulam na web e que foram enviados pelos internautas/telespectadores do programa. A produção também contará com material próprio e pretende lançar campanhas humorísticas por meio da rede, sorteios e parcerias com os blogs humorísticos mais acessados. A proposta vem de encontro ao minimalismo na produção de audiovisuais de internet, principalmente no baixo custo de produção. O projeto também serve de ensaio para a produção de programas que permitam interatividade com a TV digital, com os aparelhos de TV que acessam internet e com o oferecimento do conteúdo televisivo na internet que respeite as características do novo meio.

Em tempos da concorrência entre a televisão e a internet, o programa *Papo Furado* se apresenta como alternativa humorística para atender a expectativa de audiência e demanda de custo-benefício das emissoras

televisivas.

2. OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GERAL

Produzir e veicular um programa televisivo de entretenimento, com conteúdo humorístico.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Promover a parceira com blogs e sites humorísticos;
- Exibição de materiais produzidos e veiculados em blogs da internet, enviados por internautas, produzidos pelos telespectadores ou pela produção do programa, promovendo uma interatividade similar a produzida na web com o público.
- Estimular a interatividade do público com o programa fazendo com que ele participe dando opinião direta e ao vivo por meio das redes sociais.
- Entrevistar convidados que opinem o conteúdo e que estimulem o espectador a assistir ao programa em quaisquer das plataformas.
- Inserir o programa o televisivo no novo contexto tecnológico da TV digital e on-line.
- Promover a produção de conteúdo interativo para os aparelhos de TV que acessam a internet.

3. JUSTIFICATIVA

3.1 INTERESSE DO PÚBLICO ALVO PELO TEMA

O programa Papo Furado tem como foco o humor, com diferencial do uso de conteúdo produzido por internautas e interação via web. Programas humorísticos são uma fatia do mercado televisivo que oferecem retorno de faturamento e audiência. Um levantamento feito por Ricardo Feltrin, jornalista e colunista de TV da UOL e Folha de São Paulo, mostrou que em 2011 o humorístico Zorra Total chegou a ter 28 pontos de média, primeiro lugar de audiência no horário. O programa ainda conta com um formato tradicional das esquetes dramáticas e bordões. Sobre a média de audiência dos humorísticos de outras emissoras que investiram em formatos diferenciados de fazer humor no Brasil, o portal RD1 mostrou o levantamento da média de audiência feita pelo IBOPE dos programas Legendários (Rede Record), o qual obteve audiência média de 10 pontos e *share* de 21%, o CQC – Custe o que Custar(Band) com 5,4 pontos e 10% de share e, por fim, o programa Pânico na TV (Rede TV!) com 9 pontos no Ibope e 15% de participação no índice de TVs ligadas no horário de exibição. Audiências satisfatórias a ponto de manter as produções sendo exibidas por estas emissoras.

Além de público, estes programas rendem um bom faturamento para as emissoras. Segundo reportagem do site Hipersessão, a Band cobra entre R\$360 mil a R\$2,4 milhões por uma ação de merchandising no CQC. Segundo a tabela da emissora, um anúncio de 30 segundos custa R\$108 mil no intervalo do programa. Não distante a isto, uma propaganda no Pânico na TV rende a emissora R\$179 mil por 30 segundos do intervalo comercial do programa de maior audiência da Rede TV. Já um anúncio no Legendários é vendido por R\$174 mil. Carlyle Ávila também comenta que este interesse é antigo:

Acredito que seja mais um canal para poder construir um roteiro de humor, hoje o setor da comunicação tem esse conceito de participativo, e é viável e válido corresponder a essa vontade que as

1) pessoas têm de colaborar, embora seja um conceito antigo, é só verificar a quantos anos a vídeo cacetada está na TV [...] Existem programas populares com bastante audiência, o humor está segmentado e talvez não esteja atendendo muitas pessoas na TV aberta, mas como segmento este é um projeto bastante interessante, pois hoje existe muito espaço para o humor. (ANEXO

Para justificar o alinhamento do programa televisivo com um dedicado à internet, os dados de uma pesquisa divulgada em 2010 pelo Ibope/Nielsen mostraram o perfil do usuário de internet brasileiro. São 73,9 milhões de usuários no país, acima de 16 anos, que está na quinta colocação na quantidade de pontos de acesso a web, onde 31% acessam a rede pela lan house, seguida da própria casa com 27% e outro lugares como casa de amigos ou trabalho com 25%. Nosso país contava com 10,4 milhões de pontos de internet banda larga, de alta velocidade e com aumento da quantidade de download de dados, com previsão de crescimento de oito vezes para o ano de 2012. A internet móvel, de modem ou celulares, chegou a 1,31 milhão de pontos de acesso em 2010.

O tempo médio semanal de navegação é de 71h30 com acesso principal às redes sociais, como mostrou uma outra pesquisa do Instituto Nielsen onde 30% dos brasileiros acessou o Facebook por 1h46min semanalmente, e aplicativos de conversa instantânea como MSN e Skype. Esta pesquisa também mostrou que oito em cada dez usuários da rede no Brasil usam redes sociais como Twitter, Youtube e Orkut. Quanto ao comércio eletrônico, o levantamento do Ibope/Nielsen mostrou que em 2010 foram R\$14,8 bilhões de reais em vendas de *e-commerce* e que a internet tornou-se o terceiro veículo em volume de publicidade no país, atrás apenas do rádio e TV.

Uma pesquisa da empresa americana McAfee e divulgada no site de tecnologia “Adrenaline”, averiguou que o jovem brasileiro, entre 13 e 17 anos, tem preferência por acessar redes sociais, com 83%, cerca de 67% fazem upload de fotos, 57% fazem upload de vídeos e 36% postam comentários em blogs. Segundo a proposta do programa, tais jovens estão no perfil de

audiência e tem potencial para assumir o papel do telespectador/internauta emissor de conteúdo para a produção. Para Carlyle Ávila, o formato multiplataforma é viável e interessante:

Ajuda na audiência, mas principalmente na forma que você constrói e de que forma se contam essas histórias, pode-se achar que todas as pessoas que estão participando são chatos e preferir que o humorista conte uma piada do que ver um vídeo enviado por alguém contando esta mesma piada. O mais difícil é escolher em que segmento atuar; jovens, jovens da classe C, da classe AB e qual deles participará interagindo com o celular, internet, ou só assistindo a TV. Isso tudo as vezes vai ficando muito segmentado e provavelmente o mais interessante não seja o público só participar apenas no programa de TV mas sim em um link de multi plataformas, que deixará muito mais interessante do ponto de vista de conteúdo, tendo um potencial grande para ser usado. (ANEXO 1)

A audiência de blogs humorísticos é grande no Brasil. Um levantamento do portal “Só Economia” sobre audiência dos dez blogs mais acessados em língua portuguesa colocou os blogs humorísticos “Kibe Loco” e “Jacaré Banguela” na quinta e sexta posição, respectivamente. Segundo reportagem do portal IG, o site humorístico Humor Tadela chegou a ter 280 milhões de Page views em 2006 no auge de sua audiência. Para Carlyle Ávila, é importante para o sucesso do projeto recorrer a um emissor de conteúdo bem sucedido:

Primeiramente o mais importante é vocês começarem com alguém que já tem uma legião de seguidores em algum lugar para ter essa produção colaborativa para o programa, acredito que é válido, e também vejo que isso ainda está sendo um aprendizado para todo mundo, pois esta forma de obter conteúdo de forma colaborativa ninguém domina, nem na TV e nem no meio digital. Por esse motivo é importante saber como contar a história para cada tipo de plataforma, em breve eles vão se complementar. (ANEXO 1)

A aposta de emissoras de TV abertas, a exemplo das Record, Band, Rede TV e MTV em programas humorísticos com novos formatos mais direcionados ao público alvo do programa acontece em razão aos apontamentos de audiência, faturamento e sinaliza a inserção de conteúdo digital cada vez mais a fim de baratear custos e inserir uma nova modalidade de produzir humor mais simples, porém mais conectado.

3.2 PROGRAMAS SIMILARES E DIFERENCIAL

Existem programa de humor voltados para o público jovem em diversas na TV brasileira, a exemplos são o programa *CQC – Custe o que Custar*, veiculado às 22h15 nas segundas-feiras na Rede Bandeirantes de Televisão, desde 2008 e adquirido da produtora argentina *Cuatro Cabezas / Eyeworks*, cujo o formato já havia sido implantados em outros países da America do Sul. O programa conta com um time de humoristas quem somam características do jornalismo às produções e quadros como teste de inteligência com personalidades, o quadro “Proteste Já”, voltado a prestação de serviço com reclamações de comunidades e o Top Five, com a seleção de cinco acontecimentos engraçados exibidos em alguma TV no país. O programa conta com o projeto CQC 3.0, onde após o termino da exibição na TV, há uma versão exclusiva para web, segundo o site da emissora.

O programa *Pânico na TV*, da Rede TV!, no ar desde 2003 às 21h00 nos domingos, mistura a cobertura de festas e eventos de personalidades com a sátira e imitação de personagens feita pelos humoristas do programa e desafios bizarros. Aos sábados, às 23h15 na Rede Record, o programa *Legendários*, comandado por Marcos Mion, estimula o uso das redes sociais em suas brincadeiras do quadro “Vale a pena ver direito” onde ele revisa situações engraçadas dos programas da emissora, além de reportagens humorísticas e entrevistas. O programa possui uma versão online que é exibida concomitante ao programa na TV.

Na MTV, emissora a qual o projeto é proposto para ser exibido, os principais humorísticos são o *Adnet ao vivo*, apresentado pro Marcelo Adnet, às 22h30 das quintas-feiras que faz imitações, paródias, conta piadas,

dublagens, entrevistas e bate-papo com o público por meio de redes sociais. Outro formato é o Furo MTV, apresentado de segunda a sexta pelos humoristas Bento Ribeiro e Dani Calabresa desde 2009, que mistura jornalismo com humor com comentários e reportagens sobre assuntos inusitados.

Contudo nenhum destes programas é voltado exclusivamente à utilização de produções da internet, onde o emissor deste conteúdo na maioria das vezes é o próprio público. Este é o diferencial que o programa Papo Furado pretende trabalhar: tratar conteúdo extraído da internet, com humor, promovendo e tendo como parceiros os blogs e sites deste gênero além dos próprios espectadores.

4. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

4.1 HISTÓRICO DOS HUMORÍSTICOS NA TV BRASILEIRA

Em 2011, a TV Brasileira completou 61 anos de existência. Neste decorrer, vários estilos de fazer humor perpassaram pelas telas dos brasileiros. Segundo o Xavier (2006) em seu Almanaque sobre TV, seus os primeiros humorísticos começaram no rádio, a exemplo do "Balança mas não cai", e mantiveram nomes e personagens em suas versões televisivas. Ainda segundo Xavier, em 1957 a TV Tupi lançava o pioneiro "Praça da Alegria", com apresentação de Manuel da Nóbrega, com destaque ao formato esquete, onde os personagens importunavam o apresentador que tentava ler seu jornal. O programa passou pela TV Bandeirantes e desde a década de 1980 está no SBT sob o título de "A praça é nossa", com apresentação de Carlos Aberto da Nóbrega, filho do primeiro apresentador e criador do programa. No mesmo ano e emissora o humorista Chico Anysio participa da produção do programa "O Riso é o limite" onde há uma mistura de humor com música e fica no ar até 1963; e o programa "Noite de gala com um quadro humorístico, exibido às sextas-feiras, segundo o site "Tudo sobre TV". Referência no humor, Chico Anysio que havia começado no rádio, faz história na TV ao usar a tecnologia do video-tape, na TV Excelsior, para interpretar mais de um personagem na mesma cena. Na TV Globo o humorista apresentou seus maiores sucessos e personagens mais famosos nos programas "Chico City" na década de 70 e 80, "Chico Total", "Chico Anysio Show" e o diário "Escolinha do Professor Raimundo". Marcado por seus personagens, ele misturava o formato esquete com a encenação de comédias de costumes até o tipo "escola". Outros destaques na TV brasileira no gênero humor são para Ronald Golias e Jô Soares. Os dois trabalharam juntos em um dos primeiros *sitcoms* brasileiros, o programa "Família Trapo" entre 1967 e 1971 na Tv Record. Golias passou pela TV Globo com o programa "Super Bronco" e pelo SBT na "A praça é nossa" e "Escolinha do Golias". Jô Soares permaneceu vários anos no ar na TV Globo nos programas "Satiricom", "Faça amor, não

faça guerra” e “Viva o gordo”, o qual possuía formato próximo ao programa de Chico Anysio. Antes de deixar o gênero, ele apresentou o humorístico “Veja o gordo” no SBT (XAVIER, 2006).

A Tv brasileira trouxe do rádio o programa “Balança mais não cai” em 1968, a TV Globo. A histórias aconteciam em um edifício cheio de personagens clichês em esquetes, onde alguns possuíam o bordão, um frase de efeito usada para finalizar a ação cômica. O formato é similar ao programa “Zorra Total” no ar desde 1999. Segundo site “Tudo sobre TV”, na TV Globo há espaço para a produção de seriados humorísticos com temas variados, com destaque para “Os normais”, produzido entre 2001 e 2003, sobre o cotidiano de um casal. Na emissora os humorísticos “TV Pirata”, na década de 80, e “Casseta e Planeta: Urgente”, na década de 90, abusaram dos personagens, imitações e sátiras de acontecimentos factuais.

Em 2003, conforme o site “Tudo sobre TV”, a Rede TV traz a versão televisiva do programa de rádio “Pânico”, o qual conquistava bons índices de audiência na rede de rádios Jovem Pan desde a década de 90. Com a apresentação de Emílio Surita, o programa conta com um time de humoristas que fazem reportagens, vestidos como diversos personagens em festas com artistas famosos, baladas ou situação bizarras e com provocação de danos físicos no estilo “Jackass”, programa da norte-americana MTV. Em seu conteúdo, o programa estimula o uso da internet por seus telespectadores e em enviar vídeos com brincadeiras e provocações ou suas redes sociais. Em pouco tempo, o programa torna-se referência em forma diferenciada de humor na TV brasileira e conquista o posto de maior audiência da emissora.

Após ser adquirida por Edir Macedo, líder da Igreja Universal, foi pequena a produção de humorísticos pela TV Record. Em 1999 a emissora apresenta o programa “Escolinha do Barulho”, com formato similar à “Escolinha” de Chico Anysio. O programa contou com a apresentação de Benevindo Siqueira, Dedé Santana, Gil Gomes e Sidney Magal. Em 2011, de acordo com o site da Rede Record, a mesma produção volta com o nome de “Escolinha do Gugu”, apresentado pelo mesmo, nas tardes dominicais das emissora. Em 2004, estréia o programa “Show do Tom”, apresentado por Tom Cavalcanti que já havia comandado atração similar na Rede Globo. No show,

Tom mistura a imitação de personagens em esquetes, concurso de piadas e game show.

Na TV Bandeirantes, em 2008, entra no ar o programa “Custe o que custar - CQC”, comprado da produtora argentina *Cuatro Cabezas*, onde se mistura humor com jornalismo. Na mesma emissora, estreou em 2010 o “É tudo improvisado”, programa formado por comediantes de *stand up comedy* fazendo jogos humorísticos improvisados entre si e a platéia. Segundo o site da emissora, no canal jovem MTV, a produção humorística tem destaque para o grupo “Hermes e Renato”, que apresentam filmes com reedições, notícias engraças e *remakes* escrachados de novelas das emissoras concorrentes. Sucesso mais recente é do comediante Marcelo Adnet, que estreou em 2008 com o programa “15 minutos”, com clipes musicais, imitações e esquetes, o qual foi substituído pelo “Adnet ao vivo”, em 2011, onde o apresentador entrevista personalidades.

Ao analisar a história e as características das produções humorísticas no país, a proposta do programa Papo Furado serve como opção aliada a inserção das novas tecnologias no gênero com o conceito mais amplo da participação ativa do espectador para a produção de conteúdo no programa.

4.2 INTERNET

Com passar dos anos a função da internet mudou drasticamente. Em seu início, na década de 1970, como rede exclusiva da manutenção e transmissão de dados militares ao uso público e generalizado nos dias de hoje. Antes mesmo de conhecer o poder de difusão impressionante que a web tem, teóricos de comunicação como Marshall McLuhan já traçavam os desenhos da aldeia global em sociedades acostumadas com outros veículos menos imediatistas como a TV, rádio e jornal. Daquele desenvolvimento embrionário hoje há o cenário de potencialização dos conceitos universalização da informação por meio das novas tecnologias e por pessoas que fomentam o atual “caldo” cultural mais ágil e on-line. O próprio McLuhan ousado e assertivamente dizia que a nossa sociedade tem se tornado mais presenteísta, tribal e estética. É neste espaço que surgem os conceitos de

cibercultura e ciberespaço. Para o teórico Andre Lemos, a cultura virtual segue tais parâmetros:

A cibercultura vai se caracterizar pela formação de uma sociedade estruturada através de uma conectividade telemática generalizada, ampliando o potencial comunicativo, proporcionando a troca de informações sob as mais diversas formas, fomentando agregações sociais. O ciberespaço cria um mundo operante, interligado por ícones , portais, sítio e *home pages*, permitindo colocar o poder de emissão nas mãos de uma cultura jovem, tribal, gregária, que vai produzir informação, agregar ruídos e colagens, jogar excesso ao sistema.(LEMOS, 2004)

Outro estudioso, Pierre Lévy, aponta a profundidade deste fenômeno social:

O ciberespaço como suporte da inteligência coletiva é uma das principais condições de seu próprio desenvolvimento. Toda a história da cibercultura testemunha largamente sobre este processo de retroação positiva, ou seja, sobre a auto-manutenção da revolução das redes digitais. Este é um fenômeno complexo e ambivalente.(LÉVY, 1999)

Em sua explanação, Lévy afirma que o virtual nada mais é que o deslocamento do “aqui e agora” e que é “virtual toda entidade “desterritorializada”, capaz de gerar diversas manifestações concretas em diferentes momentos e locais determinados, sem contudo estar ela mesma presa a um lugar ou tempo em particular”(LÉVY, 1999). O imediato toma nova forma, não física, mas em informação digital e transmitida pela internet em tempo quase que imediato para qualquer outro ponto de conexão. Apensar da complexidade, tal logística se mostra muito mais eficiente em relação aos demais meios de comunicação no quesito velocidade. No íterim do processo de digitalização das mídias, a velocidade de como as informações são produzidas na web tem influenciado outros meios onde “*alguns equipamentos invadem a televisão como o vídeo, as câmaras portáteis ou as consoles de jogos eletrônicos, fazendo com que o telespectador se aproprie do objeto TV*

(para outros fins, como ver vídeos ou jogar) e das emissões (gravar e assistir ao programa na hora que quiser), instituindo uma temporalidade própria e independente do fluxo das mesmas.”(LEMOS, 2004), ou seja, abre-se um caminho para modificação do paradigma comunicacional clássico da escola de Frankfurt. Além de ser receptor de informação, a aldeia para qual é direcionada a mensagem para a responder, produzir e trocar conteúdo com o veículo. Para Pierre Lévy:

O termo “interatividade” em geral ressalta a participação ativa do beneficiário de uma transição de uma informação. De fato, seria trivial mostrar que um receptor de informação, a menos que esteja morto, nunca é passivo.(LÉVY, 1999)

Apesar de ser refutado por alguns como banalização de produção de conteúdo intelectual, a ação da cibercultura na sociedade, e por consequência nos meios de comunicação, não é negativa nem positiva e apresenta-se simplesmente como fato:

Mesmo se cibernética significa controle e pilotagem, a cibercultura não é o resultado linear e determinista de uma programação técnica do social. Ele parece ser, ao contrário, o resultado de uma apropriação simbólica e social da tecnologia. O que vai caracterizar a cibercultura nascente não é um determinismo tecnocrático. Não se trata de excluir a socialidade, e tudo que ela tem de trágico, violento, erótico ou lúdico como inimiga de uma sociedade racional, técnica e objetiva. A cibercultura não é uma cibertização da sociedade, mas a tribalização da cibernética.(LEMOS, 2004)

Ora, nada mais que um novo meio para difusão de uma mistura multicultural heterogênea onde apesar da desarmonia há espaço para a convivência:

O ciberespaço é um ambiente de circulação de discussões pluralistas, reforçando competências diferenciadas e aproveitando o caldo de conhecimento que é gerado dos laços

comunitários, podendo potencializar a troca de competências, gerando a coletivização dos saberes.(LEMOS, 2004)

Em um cenário onde as trocas além de permitidas são estimuladas a televisão pode-se permitir a estimular sua faceta multimídia, principalmente com a internet, a fim de colher e acompanhar os novos resultados, pois “[...] a microinformática vai acentuar a democratização do acesso à informação. Na sociedade de comunicação e redes telemáticas deve ser garantido o direito à liberdade de expressão e privacidade[...] A sociedade contemporânea vai aproveitar o potencial comunitário, associativo, ou simplesmente agregador dessa nova tecnologia.”(LEMOS, 2004). Na diversidade e despreocupação da seriedade ou credibilidade de parte do conteúdo da web, Pierre Lévy alerta que não há tal preocupação na maioria das comunidades virtuais. A regra, apenas e já conhecida, é a interatividade:

Indiretamente, o desenvolvimento das redes digitais interativas favorece outros movimentos de virtualização que não o da informação propriamente dita. Assim, a comunicação continua, com o digital, um movimento de virtualização iniciado há muito tempo pelas técnicas mais antigas, como a escrita, a gravação de som e imagem, o rádio, a televisão e o telefone. (LÉVY, 2004)

Para André Lemos, há três níveis de interatividade:

[...] a interatividade (eletrônica) se situa em três níveis não excludentes: técnico analógico-mecânico, técnico eletrônico-digital e social(ou simplesmente interação). A interatividade digital é um tipo de relação tecno-social e, nesse sentido, “um equipamento ou um programa é dito interativo quando seu utilizador pode modificar o comportamento ou o desenrolar”. A tecnologia digital possibilita ao usuário interagir, não mais apenas com o objeto [...], mas com a informação, isto é, com o conteúdo.[...] A relação não é mais passiva ou representativa, ela torna-se ativa, baseada no princípio da simulação, permitindo até a comunicação inteligente entre máquinas e objetos sem intermediação humana.(LEMOS, 2004)

Tal interatividade por ser, ou não, mais intensa conforme o seu

conteúdo:

A ideia de relação social é independente de seu conteúdo. O conteúdo de uma ou de várias interações auxilia a definir o tipo de relação social que existe entre dois interagentes. Do mesmo modo, a interação também possui conteúdo, mas é diferente deste. O conteúdo constitui-se naquilo que é trocado através das trocas de mensagens e auxilia a definir a relação. Mas não se confunde com ela, que pode ter conteúdos variados. (RECUERO, 2009)

Assim justifica-se a proposta do programa de televisão que tenha como foco a produção de conteúdo baseado no comunitário. Seja por blogs, redes sociais ou canais diretos de comunicação do telespectador, a busca pela eficiência comunicacional galgada em um tecido social virtual acontece como pilar de base do fenômeno de comunidades virtuais, que para André Lemos:

Com o fenômeno das comunidades virtuais – formadas através da comunicação telemática – podemos dizer que estamos assistindo a uma forma, crescente e planetária, do fenômeno, mostrando a permanência (senão o renascimento) de comunidades de base [...] . A potência de ligação das comunidades virtuais do ciberespaço encaixam-se bem no que U. Hammerz chama de “comunidade sem proximidade”, instituindo não um território físico, mas um território simbólico (embora o pertencimento simbólico não seja exclusividade das comunidades eletrônicas)[...] Na interatividade eletrônica digital [...], o objeto/informação realiza uma performance e produz significados comparáveis à articulação de um diálogo através de espaços de negociação chamados de interfaces. (LEMOS, 2004)

Ele ainda conclui que “a cibercultura aceita o desafio da sociedade de simulação e joga com símbolos da sociedade do espetáculo.”(LEMOS, 2004).

No âmbito da interatividade, o destaque acontece para as redes sociais. Elas estão presentes cada vez mais no ambiente televisivo como apoio ao conteúdo oferecido. Em um amplo estudo, Raquel Recuero aponta as características deste forma de interação entre os internautas que ela identifica como atores:

[...] Os atores no ciberespaço podem ser compreendidos como indivíduos que agem através de seus fotologs, weblogs e páginas pessoais, bem como através de seus nicknames. (RECUERO, 2009)

A autora também relata os laços formados entre os atores nas redes sociais que, segundo ela:

[...] São formas mais institucionalizadas de conexão entre atores, constituídos no tempo através da interação social. Wellman (2001, p.7) define-os: Laços consistem em uma ou mais relações específicas, tais como proximidade, contato frequente, fluxos de informação, conflito ou suporte emocional. A interconexão destes laços canaliza recursos para localizações específicas na estrutura dos sistemas sociais. Os padrões destas relações – a estrutura da rede social – organiza os sistemas de troca, controle, dependência, cooperação e conflito. (RECUERO, 2009)

Esta complexidade ajuda diretamente na formação de um tecido social mais denso e rico, onde os resultados podem ser positivos fora do ciberespaço:

O que é diferencial nos sites de redes sociais é que eles são capazes de constituir e facilitar a emergência de tipos de tipos de capital social que não são facilmente acessíveis aos autores sociais no espaço *off-line*. [...] Pode, assim, torná-lo mais acessíveis a este autor. Pode, inclusive, auxiliar a construir impressões de popularidade [...]. (RECUERO, 2009)

A autora também observa bem o comportamento dos internautas em busca de popularidade de suas redes sociais, *posts* e comentários. Seja em montagens fotográficas ou em vídeos do Youtube, é comum o destaque para o nome dos autores:

A popularidade é um valor relacionado à audiência, que é também facilitada nas redes sociais na internet. Como a audiência é

mais facilmente medida na rede, é possível visualizar as conexões e as referências a um indivíduo, a popularidade é mais facilmente percebida. Trata-se a um valor à posição de um autor na rede social. Um nó mais centralizado na rede é mais popular, porque há mais pessoas conectadas a ele e, por conseguinte, esse nó poderá ter uma capacidade de influência mais forte que outros nós na mesma rede [...]. (RECUERO, 2009)

Assim justifica-se a necessidade premente em tratar a audiência deste projeto como co-autores do programa a fim de fidelizar o público, respeitando este comportamento que, apesar de pouco usual para televisão, nasce comum na internet. Portanto, o espetáculo virtual televisionado soma-se ao da rede mundial dos computadores em uma nova proposta de interface interativa, vetor de uma realidade muito diferente ao habitual da televisão tradicional.

4.2.1 Convergência

Dentre os objetivos do Papo Furado, está se apresentar como uma alternativa para o futuro da televisão. Uma reportagem da revista Valor Econômico apontou que as novas tecnologias tem mudado a forma tradicional de se ver televisão. Segundo o periódico, as tecnologias móveis, como o celular, e os aparelhos de TV com acesso a internet permitirão mudanças na programação e interatividade com os audiovisuais. Ou seja, o veículo se desconstrói à medida que novas tecnologias permitem o acesso multimídia, neste caso a palavra justifica claramente seu significado latino de muitos meios, onde será possível acessar a internet, ver TV, ouvir rádio, etc., por meio de um único veículo. Henry Jenkyns, explica o conceito:

Por convergência, refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos do meios de comunicação, que vão quase a qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. (JENKYNS, 2009)

Para ele, o conceito não se resume ao campo tecnológico, mas se amplia ao comportamento cultural:

A circulação de conteúdos – por meio de diferentes sistemas de mídia, sistemas administrativos de mídias concorrentes e fontes nacionais – depende fortemente da participação ativa dos consumidores. Meu argumento aqui será contra a ideia de que a convergência deve ser compreendida principalmente como um processo tecnológico que une múltiplas funções dentro dos mesmo aparelhos. Em vez disso, a convergência representa uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos.

Isto gera um conceito por ele identificado como inteligência coletiva, algo que o projeto pretende explorar ao utilizar o conteúdo humorístico enviado pelos internautas:

A convergência não ocorre por meio de aparelhos. [...] ocorre dentro do cérebro de consumidores individuais e suas interações sociais com os outros. Cada um de nós constrói a própria mitologia pessoal, a partir de pedaços e fragmentos de informações extraídos do fluxo midiático e transformados em recursos através dos quais compreendemos nossa vida cotidiana. [...] O consumo tornou-se um processo coletivo – e é isso o que este livro entende por inteligência coletiva [...].(JENKINS, 2009)

Henry, baseado nas teorias de Levy define a inteligência coletiva como algo presente na característica de convergência de mídias no que tange a soma total de informações retidas individualmente pelos membros de um grupo e que podem ser acessadas em resposta a uma pergunta específica. Quanto aos resultados da convergência, uma das primeiras mudanças ocorre no comportamento da audiência:

A era da convergência das mídias permite modos de audiência comunitários, em vez de individualistas. Contudo, nem

todo consumidor interage no interior de uma comunidade virtual.(JENKYNS, 2009)

A outra é no comportamento de consumo do público:

Uma história transmídia denserola-se através de múltiplas plataformas de mídia, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo. Na forma ideal de narrativa transmídia, cada meio faz o que faz de melhor [...] A compreensão obtida por meio de diversas mídias sustenta uma profundidade de experiência que motiva mais consumo.

Ainda sobre a convergência de mídias, há experiências cujo interesse é a democratização da tv por meio de novas tecnologias. Nos EUA, segundo relata Jenkys, o político Al Gore colaborou na abertura do canal *Current* onde a previsão era de 25% do conteúdo de sua programação fosse enviado pelo público como reportagens, fotos, videos, etc. Na internet a primeira experiência foi com o portal *Slashdot* onde os usuários tinham também o papel de moderação. O site atraiu 1,1 milhão de usuários por mês. Sobre o tema, Jenkyns relata que o diretor da BB Nwm Media & Technology, Ashley Highfield, afirmou em discurso que:

A Tv do futuro, vista a partir do momento atual, talvez seja irreconhecível, definida não apenas por canais de Tv lineares, embalados e programados por executivos, mas semelhante a um caleidoscópio, milhares de fluxos de conteúdo, alguns indistinguíveis como verdadeiros canais. Esses fluxos irão misturar conteúdos, programas e colaborações dos espectadores. No nível mais simples, as audiências irão organizar e reorganizar o conteúdo do jeito que quiserem. [...] Mas, em outro nível, as próprias audiências irão querer criar os fluxos de video do zero, com ou sem nossa ajuda. Nesse extremo do espectro, a relação tradicional do "monólogo do transmissor" ao "espectador agradecido" irá desaparecer. (JENKYNS, 2009)

Apesar de discorrer claramente sobre o tema, Jenkyns explica que *"estamos numa era de transição midiática, marcada por decisões táticas e*

consequências inesperadas, sinais confusos e interesses conflitantes e, acima de tudo, direções imprecisas e resultados imprevisíveis.” (JENKYS, 2009). Cabe a proposições, de projetos como Papo Furado, a sugestão de novos rumos para o futuro da produção televisiva na era da informação digital.

4.3 RISO E PSICOLOGIA

A história ao longo dos séculos foi sendo construída, se modificando de acordo com o seu povo (grego, romano, etc), mas o riso se fez e se faz presente em toda ela. Rimos hoje quase das mesmas coisas que antigamente. Aristófanes, Plauto, as farsas medievais, Rabelais e Molière são sempre engraçados e provavelmente Coluche, Louis de Funès, Woody Allen e Chico Anysio fariam os gregos e romanos rir. (MINOIS, 2003)

De acordo com Aristóteles (388 – 322 a.C), o homem é o único animal que ri e que faz rir. Pois o riso é um ato social, rimos para zombar de nós e dos outros, para acalmar nosso medo, para manifestar nossa simpatia, para reforçar e excluir vínculos. (MINOIS, 2003)

O riso é pertencente do físico e do psíquico, do individual e do social, e do divino e do diabólico, este é o seu grande mistério. Permitindo ser sarcástico, agressivo, escarnecedor, hilário, das mais diferentes formas, sempre expressando sentimentos, independente do seu tempo, pois é a-histórico. (MINOIS, 2003)

A sociedade exige dos humanos uma atenção vigilante em suas normas e condutas, pois qualquer desvio pode nos levar à destruição. Como mecanismo de escape a essa vigília, temos o riso que nos proporciona liberar as tensões, corrigir a rigidez, transformando-as em flexibilidade, readaptando cada um a todos, humanizando o social. (BERGSON, 2001). Para Freud, o humor é um dom raro e precioso, o que possibilita rir não apenas do outro, mas também de si mesmo, pois ele brinca com as certezas, faz piruetas com as idéias. Promovendo, como atesta a Psicanálise, o riso como um elemento para a liberdade de pensamento e aceitação de que a verdade é parcial. (SLAVUTZKY & KUPERMANN, 2005)

O riso se faz pela repetição de um ato mecânico. Assim como outros

movimentos repetitivos que nos provocam risos devido a coisificação que o social nos proporciona. Por exemplo, uma criança ao abrir uma caixa surpresa, pula de dentro um palhaço a fazendo rir e assim ela segue este movimento por diversas vezes, rindo a cada aparição. Ou o filme *Tempos Modernos*, que Charles Chaplin repete movimentos mecânicos, tentando acompanhar os movimentos da máquina, nos fazendo rir a cada repetição.

“(…) O *efeito de rigidez* que subsume uma inadequação que é tanto ou mais risível quanto maior o grau de distração da pessoa envolvida, ou quanto maior for a sua inconsciência. Em suma, a rigidez moral ou física é cômica porque reflete a inconsciência, o gesto mecânico que contraria o movimento incessante da vida: é, pois, uma distração imperdoável cuja sanção será o riso. (…).” (FRANÇA, 2006, p.32)

O humor, para Freud, é liberador, pois através do riso descarrega-se tensões e a energia psíquica, ou melhor, nos libera de inibições, das convenções e das leis. Por isso rimos daquilo que é repetido, daquilo que é materializado. Rimos de uma brincadeira, rimos da brincadeira que imita a vida. (FRANÇA, 2006)

“A comicidade é este lado da pessoa pelo qual ela se assemelha a uma coisa, aspectos dos acontecimentos humanos que, em virtude de sua rigidez de um tipo particular, imita o mecanismo puro e simples, o automatismo, enfim o movimento sem vida. Exprime, portanto, uma imperfeição individual ou coletiva que exige correção imediata. O riso é essa correção. O riso é certo gesto social que ressalta e reprime certa distração especial dos homens e dos acontecimentos.” (BERGSON, 2001, p.64-65)

Para Almeida (1999), o humor se instaura a partir da bitextualidade, ou seja, o confronto entre comportamento padrão e desvio. O primeiro é esperado, é normal, o segundo é inesperado, transgressor. Assim o humor desvela a transgressão.

Tal liberação ocorre, inclusive, em comportamentos linguísticos, sobretudo nos jogos de palavras, os quais, comumente, dão origem ao humor

em decorrência da desobediência ou desrespeito às normas convencionais e/ou linguísticas. (FRANÇA, 2006)

Para Freud essa brincadeira com as palavras é denominado chiste. Que nada mais é que um jogo de palavras, a destituição do sentido remetendo, a posteriori, um novo significado, o qual é feito a partir do conhecimento dos determinantes do autor. (FREUD, 1995)

O chiste pode ser dividido em vários modos:

- Condensação: quando uma palavra apresenta mais de um significado no contexto, como as metáforas, metonímias, etc;
- Deslocamento: quando ocorre um desvio de pensamento, gerando um certo destoamento da idéia original;
- “Nonsense”: apresentação de algo estúpido e absurdo, baseado em algo mais estúpido e absurdo;
- Exageração: quando se intensifica a representação de algo. (CARDOSO, 2008)

Estas formas de riso produzem prazer, de acordo com a teoria freudiana, nos permitindo pensar no impensável de forma socialmente aceita,. (KEHL, 2005)

“Por conseguinte, o riso seria uma forma de desencantamento do mundo, o que garante a possibilidade de questionar valores e asserções, desprender-se das crenças e, assim, tornar-se terapêutico, posto que, (...) o riso brota da descoberta do caráter esvanecente da marca presente sob todo o significante, desta maneira de descobrir que no fundo nada foi sério fora de nossa imaginação e do campo simbólico onde nos perdemos”. (CARDOSO, 2008, p.80)

Desta maneira, Cardoso nos faz encontrar a importância do objetivo humorístico do Programa Papo Furado. No qual o público entrará em contato com acontecimentos comuns do nosso dia-a-dia, se permitindo a rir de diversas situações por meio do conteúdo humorístico da internet que será exibido neste programa.

5. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

5.1 FONTE DE DADOS

Foram utilizados dois tipos de fontes: primária e secundária. Grande parte das informações veio de fontes secundárias por meio de livros, sites, levantamento de dados frente ao IBOPE e em trabalhos de conclusão de curso.

Já as fontes primárias foram coletadas pelos autores desse projeto por meio de roteiros de entrevista para os profissionais da área estudada.

5.2 DELINEAMENTO DAS PESQUISAS

5.2.1 Entrevista

A entrevista teve como principal objetivo comprovar a viabilidade deste projeto através da experiência de um profissional da área.

Para esta pesquisa, foi elaborado um roteiro, demonstrado em anexo, com perguntas abertas em que às mesmas fossem diretamente relacionadas a cada assunto como: viabilidade, sugestões, interesse e posteriormente a veiculação deste projeto, através de entrevista pessoal pelos autores deste projeto.

Foi entrevistado o profissional da área:

- Carlyle Ávila – diretor de programação e produção da RPC-TV e ÓTV, escolhido pela sua experiência profissional que pode nos comprovar a viabilidade do projeto no mercado televisivo. A entrevista foi realizada dia 21/09/2011.

Após a aplicação do questionário, as respostas foram analisadas e os resultados serviram de fonte no decorrer deste trabalho.

6. PROPOSTA DE TRABALHO

6.1 GÊNERO E FORMATO

Segundo a classificação do Ibope, o programa Papo Furado pertence ao gênero humorístico. Em seu conteúdo, o programa comandado por dois apresentadores possui a abordagem de diferenciados assuntos, seja por meio de vídeos ou fotografias, com uma análise bem humorada de seus comandantes, convidados e público.

Para José Carlos Aronchi de Souza o programa se enquadra no categoria entretenimento (SUMMUS, 1997). Segundo o Ministério da Justiça, pela sua classificação de gênero, formato e horário sugerido para veiculação, o programa se dedica ao público acima de 12 anos, pois segundo a classificação do Ministério Público o programa pode conter cenas de violência, linguagem de baixo calão e comportamentos repreensíveis.

6.2 PÚBLICO ALVO

Aproveitando-se da classificação de público sugerida pelo Ministério da Justiça, o programa é dedicado ao público acima de 16 até 25 anos de idade, masculino e da classe social tipo “C”.

Segundo levantamento do IBGE em pesquisa feita em 2005 pelo PNAD (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios), o Brasil possuía 32,1 milhões de usuários de internet. Neste quadro, a metade é composta por homens (16,2 milhões) com mais de 13 milhões de estudantes. A pesquisa revelou que a idade média do internauta brasileiro é de 28 anos os quais possuem renda per capita de R\$1.000,00, onde a metade se utiliza da internet em suas residências.

Um levantamento mais recente feito pelo IBOPE apontou que no Brasil existem mais de 66 milhões de usuários de internet.

Outra pesquisa feita pela empresa ComScore, 37,5% dos usuários de redes sociais, amplamente usadas do programa de TV, possuem entre 06 e 24

anos de idade. De 12% dos entrevistados, a pesquisa mostrou que os usuários passam a metade do tempo on-line em busca de entretenimento, mensagens instantâneas e mídias sociais.

6.3 PROPOSTA DE VEICULAÇÃO EM TV

A proposta de veiculação do programa Papo Furado é para a Music Television Brasil, a MTV, em rede nacional. Para atingir seu público, o formato é idealizado para ser exibido às 23:30 horas nos domingos, dividido em três blocos. Em setembro de 2011, a emissora exibia o seriado *Skins*, que traz uma abordagem semanal da vida de um adolescente americano. A sugestão do projeto Papo Furado é substituir este programa no horário, que é uma reprise, e aproveitar da audiência que deixa a Rede TV após o fim da exibição do “Pânico na TV”, às 23h30, o qual possui público semelhante e tem, segundo aferição do IBOPE no mês de agosto, audiência média de 9.0 pontos. Cada ponto de audiência representa 60 mil domicílios em São Paulo capital. No horário, nenhuma das principais emissoras de TV abertas do país exibem um programa humorístico. Segue a análise dos programas exibidos no mesmo horário nas principais redes de TV no país:

Relação de programação das emissoras no domingo às 23:30 em setembro de 2011		
Emissora	Programa	Definição
Rede Globo	Hipertensão	Reality show
Rede Record	A Fazenda 4	Reality show
Rede TV!	Dr. Hollywood	Reality show
Band	Canal Livre	Debate
SBT	Programa Silvio Santos	Auditório

6.4 PROPOSTA DE VEICULAÇÃO NA INTERNET

A fim de atender os telespectadores, fundamentais para a produção do programa, e até às novas tecnologias de acesso a internet em celulares ou pela televisão, o programa propõe, além da exibição em TV aberta e ao vivo, uma versão digital disponível no blog do programa. A idéia se inspira em programas humorísticos on-line. Dentre os televisivos temos o “Legendários na web” e o “CQC 3.0”. Em ambos, os internautas tem acesso a conteúdo exclusivo antes ou depois da edição televisiva do programa. Nos sites há fóruns para discussão dos temas propostas na internet e um chat para conversa entre os telespectadores. Quanto ao formato de veiculação dos matérias na versão online do programa, a base vem do site “Anões em Chamas”, dos humoristas Fábio Porchat e Ian SBF, e do blog “Kibe Loco”, de Antônio Tabet. Em ambos, os gestores do site produzem vídeos humorísticos com enquetes, esquetes, fotografias, montagens e comentários. Estes não possuem versão na TV, porém possuem alto índice de acesso de internautas com quem trabalham na característica de curadoria participativa dos materiais veiculados aliados às suas produções.

Baseado nestes sites, uma versão online do Papo Furado será útil para a produção no programa em focar todas as promoções do televisivo, enquetes e espaço para envio de vídeos e sugestões para o programa. No que vem a ser gerido pela produção, o site contará com os vídeos e fotografias divulgados no programa ao vivo, uma versão digital integral que será postada sempre após a exibição em rede e conteúdo dedicado a internet, como entrevistas do convidado do programa e um espaço dedicado ao internauta com fórum para discussões e um chat que será ativado enquanto o programa estiver sendo exibido na TV e na internet, onde será possível enviar perguntas para entrevistados, sugestões e interação com apresentadores e outros internautas.

7. PROGRAMA PAPO FURADO

7.1 LINHA EDITORIAL

Apesar de ter um conteúdo voltado ao humor, o programa pretende adotar toda sua linha editorial em valores de respeito ao ser humano e cidadania. A definição de um caminho norteador à produção do programa na escolha dos conteúdos veiculados e é necessário pelo ambiente de livres ações que é a internet. Na história do humor televisivo também são comuns os casos de ofensas de diversos tipos, a exemplo da investigação feita pelo Ministério Público no apresentador Rafinha Bastos, do CQC, por ofensas no programa, segundo o portal de notícias “RD1 Audiência”. O formato colaborativo do programa estimula a produção de conteúdo voltado a seu público, porém com as seguintes restrições:

- Isento de quaisquer tipos de preconceitos como de raça, opção sexual, credo, xenofobia, etc.
- Material ofensivo em que se infrinja o Código Penal Brasileiro em crimes contra a honra, tais como calúnia, infâmia, difamação ou qualquer prática ilegal.
- Conteúdo que infrinja o direito de propriedade intelectual, onde não há autorização de veiculação do autor dos materiais.
- Conteúdo de acordo com a normatização de Classificação Indicativa do Ministério Público.

Tais considerações serão respeitadas pela equipe de produção do programa. Automaticamente todo e qualquer material oferecido à produção do programa e que infrinja alguma dessas características, este será vetado e não exibido no programa. Para ciência do internauta que tenha enviado o audiovisual, este será avisado da limitação do conteúdo pelo produção do programa.

Para assumir uma característica dos blogs humorísticos como “Kibe

Loco” e “Não Salvo”, os apresentadores sempre identificarão a fonte dos materiais utilizados, seja de blogs, internautas ou telespectadores.

7.2 ESTRUTURA DO PROGRAMA

O programa **Papo Furado** é um humorístico que assume características próximas aos blogs de humor, trazendo vídeos, fotos e comentários satirizando assuntos do cotidiano. O formato ousa em propor em ser o primeiro programa da televisão brasileira que é alimentado em quase sua totalidade por blogs humorísticos parceiros e seus telespectadores. O programa **Papo Furado** difere-se das demais produções humorísticas no país, pois não trabalha com equipes para gravações de externas nem necessita de um quadro de atores para as tradicionais esquetes.

O programa é dividido em três blocos, cada um com oito minutos de duração que somados aos tempo de interprograma e intervalo comercial, totalizam trinta minutos de duração. Concomitantemente à versão da TV, o programa disponibilizará uma versão on-line para os internautas e contará com interatividade por meio de seu blog e redes sociais, uma vez que este é ao vivo e veiculado nos domingos às 23:30 horas.

Dois apresentadores comandam a atração sempre acompanhados de um entrevistado enquanto vêem os vídeos, comentam, interagem com o público e sorteiam prêmios. Por ser voltado a um público jovem, a proposta é de apresentadores que seja usuários de internet e conheçam o conteúdo e linguagem do público para qual falam.

Pelos seus vinte e quatro minutos de arte e muito conteúdo, o programa pretende trazer os seus quadros em ritmo acelerado, sazonalmente à semelhança da internet. Em suma, seu conteúdo será de vídeos, fotos e interação onde esta forma necessita de pouca produção o que barateia seu custo por edição. O roteiro do programa está em anexo.

7.3 EQUIPE TÉCNICA

A equipe técnica para o programa é dividida em pré-produção e produção do audiovisual que é exibido ao vivo. Seus profissionais atuarão em áreas diversas para a manutenção do televisivo em todos os aspectos. Durante a pré-produção será necessária esta equipe:

- Editor de vídeo: responsável pela edição dos materiais recebidos da internet.
- Editor de arte: produtor da arte visual usada nos Vts, chamadas e vinhetas do programa.

A equipe técnica envolvida no programa em sua produção é formada por profissionais envolvidos em diversas funções do estúdio, além daqueles que já trabalham na emissora de TV para exibição da programação:

Profissional	Função
Diretor de imagens	Dirige as imagens do programa e coordena integração das funções entre a equipe técnica.
Iluminador	Organiza iluminação do cenário.
Operador de VT	Responsável por liberar os materiais do programa segundo a ordem do roteiro.
Operador de caracteres	Inclui no vídeo os dados escritos como nomes e dados de redes sociais.
Operador de vídeo	Responsável pela operação de CCU (Camera Control Unit), este deve primar pela qualidade da imagem entre as câmeras; exposição, nível de preto, balanço de branco, ganho, convergência, etc.
Sonoplasta	Responsável pelos efeitos sonoros,

	trilha, nível e qualidade de áudio do programa.
Operador de microfone	Presente no estúdio posiciona e garante o funcionamento dos microfones dos participantes.
Apoio de estúdio	Auxilia a produção do programa com o posicionamento de entrevistados, colocada e retirada de elementos nos cenários e demais funções de apoio.
Cinegrafista	Opera a câmera e garante a qualidade de captação das imagens.
Auxiliar de cinegrafista	Auxilia na operação do cinegrafista e demais necessidades.

E no site, os requisitos são mais voltados a versão digital do programa:

Profissional	Função
Documentador/Editor	Responsável por conferir e disponibilizar para equipe do blog do programa a versão on-line do apresentado na TV e dos vídeos que compuseram o programa.

7.4 EQUIPE DE PRODUÇÃO

Para a equipe de produção, o programa conta com uma equipe que estará envolvida em todas as fases de produção do programa:

Profissional	Função
Diretor geral	Responsável pela organização e direcionamento de equipe e conteúdo do programa.
Produtores	Parte mais numerosa da produção,

	uma equipe de quatro produtores serão responsáveis pela organização do conteúdo do programa ao receber e analisar os materiais vindos da internet, ao organizar roteiro do programa e atender demais necessidades da produção.
Apresentador	Dupla que produz e apresenta o programa.
Web designer	Organiza o blog e redes sociais do programa quanto aparência e funcionalidade conforme linguagem digital.
Produtor de internet	Responsável pela manutenção de conteúdo do blog e redes sociais do programa. Trabalha em conjunto com o web designer e documentador do programa.

7.5 DIREÇÃO DE ARTE

Uma conversa informal e descontraída entre amigos que resulta em um programa no qual há exibição e comentários de materiais populares na internet. Este resumo do programa serve de orientação para toda direção de arte do audiovisual, inspirada em bares para concepção de cenografia e design visual.

Derivados das bodegas espanholas ou boticas Portuguesas que eram entrepostos comerciais e depósito de produtos de longa durabilidade como fermentados, destilados, queijos, carnes salgadas ou embutidas, os botequins ou botecos no Brasil tornaram-se referência de venda de bebidas alcoólicas, espaço para alimentação rápida e barata e ponto de encontro para conversa entre amigos. Tal característica faz-se presente também nas diversas classes

sociais e em seus respectivos espaços para lazer. Segundo a Associação Brasileira de Bares e Restaurantes, a Abrasel, o setor é responsável por 2,4% do PIB (Produto Interno Bruto), gera seis milhões de empregos diretos e movimentada cerca de 50 bilhões de reais. Um mercado grande que pode ser aproveitado para a vinculação do programa com o perfil de sua audiência, a qual frequenta estes ambientes.

O programa Papo Furado propõe se apropriar deste espaço e aplicar suas características associadas ao viés moderno de um programa baseado em conteúdo de internet, que alimenta o conteúdo do audiovisual de maneira cooperativa, uma associação de “amigos virtuais” dispostos a se divertir e colaborar com melhorias no programa.

7.5.1 Cenografia

Um levantamento histórico permite mostrar a composição do estilo botequim brasileiro. O estabelecimento acumulou características de armazém, no que diz o acúmulo de itens a venda, traços de botica - uma vez que no século XIX os farmacêuticos diluíam suas infusões em bebidas alcoólicas – que justifica a exposição das bebidas em forma similar aos remédios na farmácia, segundo o professor de gastronomia Paulo Ferretti (Revista Aventuras na História, 02/2011). O especialista também explica que este espaço adquiriu parte do visual dos requintados cafés franceses às populares cantinas italianas.

No Brasil, o formato de botequim mais disseminado foi o estilo carioca, então frequentados pela boemia proletária recém formada no século XIX, após a abolição da escravatura, e século XX com ascensão da industrialização do sudeste e crescimento populacional urbano brasileiro, segundo a revista.

Baseado neste contexto histórico, o cenário do programa Papo Furado conta com uma mesa central para os apresentadores e convidados. Ao fundo, o cenário é repleto pelos tradicionais itens de bar como santos, bomboniere, bandeirolas, cardápio, petiscos e garrafas de bebidas. O ambiente visualmente poluído é somado às cores destoantes de sua parede e piso, a

fim de aproximar ao máximo a ambientação de um bar. (ANEXO 2)

7.5.2 Projeto Visual

O *layout* do projeto visual imposto nas vinhetas, logo, tarjas e outros elementos de vídeo se baseiam em dois conceitos: bar e conversa. Como parte da logo, há dois personagens dispostos frente a frente simulando uma conversa. Eles são formados por uma linha brilhante, do tipo neon, assim como o *lettering* com nome do programa a fim de imitar as placas luminosas de bares.

Tal logo será utilizada nas tarjas para GC e telas dos quadros compostos por fotografias ou vídeos de internet com baixa resolução. (ANEXO 2)

7.6 QUADROS DO PROGRAMA

Para atender a diversidade de conteúdo da internet, o programa será dividido em quadros. Estes serão organizados no roteiro em distribuição conforme a quantidade e qualidade dos conteúdo humorístico de cada edição.

A equipe de produção contará com responsáveis pela peneira do material enviado. A remessa do conteúdo poderá acontecer por meio do envio de *links* para as redes sociais ou e-mail do programa. Após a exibição do programa na TV, o programa será disponibilizado nas redes sociais.

• Entrevista

Uma vez que os apresentadores farão comentários sobre os vídeos, a proposta do programa “Papo Furado” pretende alinhar conteúdo tão heterogêneo com um entrevistado. Este poderá participar dos comentários, conversar por meio das redes sociais com os internautas que acompanham o programa ao vivo e, por fim, falar sobre si e suas atividades. Convidado no início do primeiro bloco, o entrevistado ficará no estúdio até o final do programa exibido para televisão e grava conteúdo dedicado que ficará

disponível posteriormente na internet.

O critério para seleção dos participantes pode ser diverso, pois o audiovisual poderá contar com personalidades do meio artístico ou personagens não famosos contanto que estes estejam aptos e dispostos a aderir ao contexto do programa.

• Vídeos

Apesar de ser o principal quadro do programa, o momento dos vídeos não terá um nome ou vinheta específicos, pois estará presente em diferentes momentos dos dois blocos. O critério para seleção dos vídeos é dividido em dois aspectos: facticidade e conflito com outros quadros do programa.

Uma vez que o audiovisual possui outros quadros que também se utilizam de vídeos, no que diz ao seu conteúdo que não esteja em conflito com a proposta de outros quadros, o vídeo será aceito para exibição. Quanto a facticidade se faz necessária para prezar o ineditismo do programa, onde se procura trazer ao telespectador sempre conteúdo inédito ou pouco explorado, levando em consideração os conceitos básicos da internet de colaboração e imediatismo já embasados no projeto.

Diariamente novos vídeos são postados em sites como *Youtube* ou *Vimeo*, os quais serão as fontes de retirada dos materiais. Pela baixa definição, a equipe de edição do programa terá poder de análise e veto de quais materiais podem ser exibidos com a melhor visualização possível.

• Fotos

Similar ao quadro de vídeos, as fotografias permearão todo o programa e tem de ser factuais. Serão exibidas fotografias engraçadas (de produção dedicada ao programa ou de blogs/sites humorísticos), charges de internautas e montagens com sátiras diversas.

Uma regra do quadro será a não identificação dos rostos de fotografias retiradas de redes sociais para evitar quaisquer tipos de problemas judiciais no âmbito do direito de imagem.

• **Jornal PF**

O jornal é quadro do programa onde se pretende quebrar a linearidade de todo o programa. Exibido no segundo bloco, o jornal coloca os apresentadores em uma bancada, se apropriando de direção de fotografia e conceitos (como grafismo, trilha, machete e lide) dos jornais televisivos mais tradicionais. O tom de seriedade, neste caso, serve apenas como fachada pois os apresentadores poderão comentar ou até rir das notícias.

O quadro visa ocupar cerca de dois minutos do programa e deve ser previamente gravado para pós-produção.

• **Notícias**

Quanto as notícias, o “Jornal PF” trabalhará com fatos reais. Portais como Terra, UOL e Globo.com tem áreas dedicadas a notícias bizarras e engraçadas as quais servirão como fonte para o quadro. Se houver imagens para notícias, estas serão usadas para cobertura do quadro, caso não hajam, a leitura do texto poderá ser acompanhada dos gráficos ou fotografias do tema.

• **Manchetes do Twitter**

Similar à divulgação das manchetes dos principais jornais do país e do mundo (Bom Dia Brasil – Rede Globo, 2011), a proposta é fazer um passeio pelas principais publicações nos twitters engraçados e mais populares da rede. Por terem no máximo 140 caracteres, há uma similaridade às manchetes jornalísticas em tamanho. Por exemplo, os comentários dos twitters “@agorajafalei”, “@ocriador” ou o “@otwitteiro” estariam no programa.

• **Previsão do que bomba esta semana**

Próximo a um exercício de “futorologia”, esta parte do jornal será dedicada a prever quais os assuntos que mais serão comentados na internet nas redes sociais. Sua formatação deve ser próxima à previsão do tempo, onde apresentador dita seu texto auxiliado por arte visual. Deve-se levar em consideração a própria rede, sugestão ou comentários dos internautas e até

assuntos que estejam em voga e que ainda possam repercutir mais.

Assim como a previsão do tempo original, o quadro pode apresentar diversos resultados equivocados.

• **Música da net**

Cantoras como a inglesa Susan Boyle ou a brasileira Stephanie tem algo em comum: tornaram-se famosas após o sucesso na web. Seja pelo espetaculoso ou engraçado, as milhões de visualizações dos vídeos de ambas servem como orientação para um momento dedicado a música no programa, já que está cada vez mais fácil e barato produzir músicas e seus respectivos video clipes. Para tal, o programa abre espaço para a veiculação de um vídeo a cada programa, independente de gênero musical, contanto que respeite em seu conteúdo a classificação indicativa do programa e tenha no máximo um minuto de duração. Caso ultrapasse o tempo, o vídeo pode ser editado.

• **Vloggers**

Semanalmente o programa cederá espaço para um vlogger, produtores audiovisuais caseiros que gravam crônicas geralmente com reclamações sobre diversos assuntos. Com tempo limite de um minuto, o vlogger participante deve discursar, jocosamente, sobre tema diverso. Aqueles mais conclamados pela audiência poderão ter outras crônicas exibidas no programa.

• **Versão nossa**

É comum na web receber vídeos que estejam fazendo sucesso em versões reeditadas e providos de outras músicas. Baseado nos conceitos de reedição explicados por André Lemos, neste quadro o vídeo mais visto da semana será reeditado pela equipe do programa com recursos de dublagem, legendas, efeitos visuais ou trilhas.

- **Versão deles**

O formato deste quadro é similar ao “Versão nossa”, porém serão utilizados somente conteúdo produzidos pelos internautas.

- **Cocomentários**

Uma das fontes de alimentação das redes sociais e sites de compartilhamento de vídeo, áudio ou conteúdo são os comentários feitos pelos usuários.

- **PF no mundão**

Este quadro é voltado para as produções de vídeo engraçados que sejam de Tvs ou da publicidade internacional. Neste caso, não serão veiculados vídeos de usuários, os quais entram na classificação comum de vídeos do programa.

- **Nããão!**

Contido exclusivamente por vídeos, esta parte do programa exibirá façanhas dos internautas, seja pela originalidade ou pela fato sensacional. Podem ser situações filmadas propositalmente ou ocasionalmente.

- **15 frames de fama**

Os usuários da web poderão enviar vídeos que tenham produzido fazendo algo jocoso como contando uma piada, dançando, fazendo imitações ou cantando. A ideia é conter algo produzido intencionalmente com poucos recursos. A cada programa, o mais votado pelos telespectadores receberam prêmios do programa.

- **Faça você mesmo**

Quadro baseado no ditado “Brasil: o país do jeitinho”, onde serão exibidos vídeos ou fotografias de gambiarras com aparelhos ou situações. Estariam em alguma edição do programa, por exemplo, vídeos de fantasias improvisadas para festas ou a fotografia do patins feito com rodas de rolemã.

• Vale a pena rir de novo

Neste quadro serão reapresentados vídeos ou fotografias que tiveram muitas visualizações na internet há no mínimo 6 meses. Por continuamente a rede ser abastecida, alguns internautas ou telespectadores possam ainda não conhecer tais produções.

O quadro, de simples produção, será composto por uma vinheta para identificação do momento do programa seguida do videotape acompanhado de gravação em OFF e GC com informações da data de publicação ou repercussão da produção.

Por exemplo, os vídeos “Jeremias, muito louco” publicado em 2006, segundo o Youtube, poderá ser exibido no programa.

• Premiações

Semanalmente o programa premiará os participantes do quadro de vídeos e “15 frames de fama” por meio de enquete feita no site e blog do programa. Para premiar os telespectadores que acompanham o audiovisual ao vivo, a solução é o sorteio de prêmios via *hashtag* no twitter, onde quem postar em sua rede social um texto do tipo “#papofurado” estará concorrendo em sorteio eletrônico. As premiações tem dúbia função em recompensar os produtores de conteúdo como fidelizar a audiência a disseminar o programa pela web.

8. ORÇAMENTO

Abastecido por conteúdo de internet , o **Papo Furado** é alternativa para TVs em um produto de baixo orçamento e simples produção. Na fase inicial, a pré-produção, o programa conta com os profissionais necessários para coordenação do projeto e produção do mesmo. Segundo roteiro, o programa necessita da concepção de grafismo, arte e edição e apresenta o seguinte custo mensal:

Produção Papo Furado – Jun/2011			
Profissionais/Itens	Quantidade	Período	Preço
Diretor	1	mensal	R\$3.000,00
Produtor	4	mensal	R\$4.800,00
Apresentador	2	mensal	R\$6.000,00
Produtor de internet	1	mensal	R\$1.200,00
Web designer	1	mensal	R\$1.500,00
Computadores	9	Custo inicial	R\$13.500,00
Provedor para o site do programa	1	Contrato anual	R\$150,00
Sala para produção	1	Contrato padrão de 30 dias	R\$700,00
Impostos diversos	--	mensal	R\$4.000,00
Contabilidade	1	mensal	R\$ 500,00
Advogado	1	variável por encargos	R\$1.000,00
Material de escritório (papel, xerox, etc)	--	--	R\$100,00
Diversos (telefone, internet, correios, transporte, etc.)	--	--	R\$ 1.000,00
Caixa de produção	--	--	R\$700,00
SUBTOTAL= R\$ 38.150,00			

Para o processo de produção do programa, o orçamento sugere a contratação de uma produtora de vídeo, a fim de mensurar os gastos. Segundo orçamento da produtora Croma Mix, em Curitiba, o custo de cada edição do programa será de

Produção Papo Furado – Jun/2011	
Melhor preço: Produtora Croma Mix – Curitiba	Valor= R\$6.800,00
Equipamentos:	

<ul style="list-style-type: none"> • 2 horas de estúdio • Iluminação • 3 microfones de lapela • 3 câmeras • Switcher • Ilha de edição para finalização <p>Profissionais:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 2 cinegrafistas • 1 iluminador • 2 operador de áudio/sonoplasta • 2 auxiliares de câmera • Diretor de vídeo • Operador de vídeo • Operador de VT • Editor de vídeo • Operador de vídeo • Operador de efeitos • Contra-regra 	
TOTAL= R\$ 6.800,00	

Segue prospecção dos custos do programa:

Produção programa "Papo Furado"		
Custos	Período	Preço
Produção inicial	mensal	R\$38.150,00
Produção corrente	mensal (segundo mês em diante)	R\$23.500,00
Produtora de vídeo	1 edição	R\$6.800,00
Custo por programa (produtora de vídeo somada a ¼ da produção corrente,	1 edição	R\$12.675,00

média mensal da produção por programa)		
---	--	--

9. CONCLUSÕES FINAIS

O formato do programa Papo Furado mostra as múltiplas possibilidades que a junção da tecnologia da internet com o formato humorístico televisivo pode trazer. Por meio dele conclui-se que uma interface interativa pode ajudar a fidelizar a audiência de um programa que conte com a participação de seus expectadores. A entrevista e as pesquisas permitem observar que há espaço no mercado televisivo para formatos que procurem inovar na forma de falar e fazer o público rir.

A crescente de internautas e de pessoas possibilitadas a navegar na rede mundial de computadores influencia no comportamento em se assistir TV ao tornar a experiência muito mais participativa e influenciando matricialmente o conteúdo exibido pelos novos audiovisuais. O programa Papo Furado, neste cenário, serve para exponenciar e valorizar o comportamento e as trocas de valores no mundo digital e da televisão por meio do humor.

REFERÊNCIAS

A História dos Botequins – Revista Aventuras na História edição 02/2011. Abril, São Paulo, 2011.

ABRASEL. Bares e restaurantes representam 2,4% do PIB Nacional. Disponível em: http://abrasel.com.br/sala/?page_id=48. Acesso em 09 set. 2011

ALMEIDA, Fernando A. de. **Linguagem e humor: comicidade em Les frustrés de Claire Bretecher**. Rio de Janeiro: EdUFF, 1999.

AMARAL, Adriana. RECUERO, Raquel. MONTARDO. **Blogs.com: estudo sobre blogs e comunicação**. São Paulo: Momento Editorial, 2009.

BAND. Programação Rede Bandeirantes de Televisão. São Paulo: São Paulo. Disponível em: <http://www.band.com.br/programacao/?vAnoPrg=2011&vMesPrg=06&vDiaPrg=10&vHoraPrg=0&vMinutoPrg=0®IAO=net>. Acesso em 05 jun. 2011

BEM PARANÁ. Pesquisa traça o perfil do usuário de internet. Disponível em: <http://www.bemparana.com.br/index.php?VjFSQ1VtUXlWa1pqU0ZKUFVrZDRUMWxYYzNoTk1WRjNWV3RLYVZadVFsWlVWVkpUVkRkU05rMUVhejA9>
Acesso em: 07 mar. 2011

BERGSON, Henry. **O riso: ensaio sobre a significação da comicidade**. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. São Paulo/SP: Jorge Zahar, 2002.

BRIGATTO, Gustavo; MOREIRA, Talita.; DRSKA, Moacir; CORTEZ, Bruna. Novas tecnologias, internet e TV. Disponível em: <http://www2.valor.com.br/impreso/primeira-pagina/3021/436781/novas->

[tecnologias-e-internet-revolucionam-o-mundo-da-tv?quicktabs_3=0](#). Acesso em: 07 set. 2011.

CALABRESA, Dani. Índice de audiência dos programas “Furo MTV” e “Comédia MTV”. Disponível em: <http://tvcontacto.wordpress.com/2011/03/21/furo-mtv-e-comedia-mtv-teve-os-melhores-resultados-de-audiencia-na-semana-passada/>. Acesso em: 09 set. 2011

CARDOSO, Ludimila Stival. **A Saga do Herói mendigo: O riso e a neopicaresca do programa Chaves**. 2008. 259f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2008.

DAMALZO, Luiza. Perfil do usuário de internet. Disponível em: <http://exame.abril.com.br/blogs/zeros-e-uns/2010/06/30/o-perfil-do-usuario-de-internet-no-brasil-segundo-a-comscore/>. Acesso em 07 mar. 2011

FELTRIN, Ricardo. Zorra Total dispara na audiência nacional. Disponível em: <http://noticias.uol.com.br/ooops/ultimas-noticias/2011/08/16/malhacao-e-zorra-total-disparam-no-ibope-nacional.jhtm>. Acesso em: 09 set. 2011

FILHO, Daniel. **O circo eletrônico**. São Paulo/SP: Jorge Zahar, 2003.

FRANCA, Paulo. TOLEDO, Irineu. Os 10 Blogs em português com as maiores audiências. São Paulo: São Paulo. Disponível em: http://www.soeconomia.com.br/index.php?option=com_content&task=view&id=1355&Itemid=113. Acesso em 09 set. 2011.

FRANÇA, Maria Teresa Rego de. **A construção Linguística do Riso nas Crônicas de José Simão**. 2006. 314f. Tese (Pós-Graduação em Filologia e Língua Portuguesa) – Departamento de Letras Clássicas e Vernáculas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006.

FREUD, Sigmund. **Os chistes e sua relação com o Inconsciente**. In: Edição Standard Brasileira das Obras Completas de Sigmund Freud V.8. Rio de Janeiro: Imago Editora, 1995.

GLOBO. Programação Rede Globo de Televisão. Rio de Janeiro: Rio de Janeiro. Disponível em: <http://redeglobo.globo.com/programacao.html>. Acesso em 05 jun. 2011

História da TV Brasileira no site Microfone. Disponível em: <http://www.microfone.jor.br/historiadaTV.htm>. Acesso em 09 set. 2011.

IANNI, Octavio. **A sociedade global**. 8 edição, Rio de Janeiro – Ed. Civilização Brasileira, 1999.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. Tradução: Susana Alexandria. 2 Edição. São Paulo: Aleph, 2009.

KEHL, Maria Rita. *Humor na Infância*. In: KUPERMANN, Daniel & SLAVUTSKY, Abrão. (org.) **Seria trágico se não fosse cômico: humor e psicanálise**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2005.

KELLINSON, Cathrine. **Produção e direção para TV e vídeo: uma abordagem prática**. Rio de Janeiro/RJ: Elsevier, 2007 – 2º reimpressão

KUPERMANN, Daniel & SLAVUTSKY, Abrão (org.). **Seria trágico se não fosse cômico: humor e psicanálise**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2005.

LEMONS, André. **Cibercultura**. Tecnologia na vida social na cultura contemporânea. Ed. Sulina, Porta Alegre/RS, 2004.

LÉVY, Pierre. **A cibercultura**. Tradução de Carlos Irineu da Costa. São

Paulo/SP. Editora 34, 1999.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. São Paulo/SP. Ed. Senac São Paulo, 2003.

MAGIA. História da Televisão no Brasil. São Paulo: São Paulo. Disponível em <http://www.tudosobretv.com.br/histortv/historbr.htm#>. Acesso em 05 jun. 2011

MARTINS, Rodrigo. Humor Tadela por falta de dinheiro, diz criador. Disponível em: <http://blogs.estadao.com.br/rodrigo-martins/2011/06/01/humor-tadela-fechou-por-falta-de-dinheiro-diz-criador/>. Acesso em 09 set. 2011

MATTOS, Sérgio Augusto Soares. **História da Televisão Brasileira: uma visão política, econômica e social**. São Paulo/SP: Vozes, 2002.

MINISTERIO DA JUSTIÇA. Manual da Classificacao Indicativa do Ministério Público para TV. Disponível em <http://portal.mj.gov.br/Classificacao/data/Pages/MJ6BC270E8PTBRNN.htm>. Acesso em: 09 set. 2011.

MINOIS, Georges. **História do riso e do escárnio**. Tradução de Maria Elena O. Ortiz Assumpção. São Paulo: Ed. Unesp, 2003.

MTV. Programação MTV Brasil. São Paulo: São Paulo. Disponível em: <http://mtv.uol.com.br/grade> Acesso em 31 Ago. 2011

O Estado de São Paulo. RENDA mensal classe "C". São Paulo: São Paulo. Disponível em: <http://aprendiz.uol.com.br/content/prumuslecr.mmp>. Acesso em: 05 jun. 2011.

REBOUÇAS, Fernando. A História da Televisão no Brasil. Disponível em: <http://www.infoescola.com/comunicacao/historia-da-televisao-no-brasil/>. Acesso em 09 set. 2011.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

REDE RECORD. Programação Rede Record. São Paulo: São Paulo.

Disponível: <http://rederecord.r7.com/programacao.html/> Acesso em 05 jun. 2011

REDE TV!. Programação Rede TV! São Paulo: São Paulo. Disponível em <http://www.redetv.com.br/grade.aspx>. Acesso em 05 jun. 2011

RIBEIRO, Ana Paula Goulart. **História da televisão no Brasil**. São Paulo/SP: Contexto, 2010.

SBT. Audiência Tela de Sucessos do SBT. São Paulo: São Paulo. Disponível em <http://www.sbtworld.com.br/2011/05/previa-tela-de-sucessos-marca-bona.html>. Acesso em 05 jun. 2011

SBT. Programação do Sistema Brasileiro de Televisão (SBT). São Paulo: São Paulo. Disponível em: <http://www.sbt.com.br/programacao/>. Acesso em: 05 jun. 2011

XAVIER, Ricardo. **Almanaque da TV: 50 anos de memória e informação**. São Paulo/ SP. Objetiva, 2000.

ANEXOS

ANEXO 1 - ENTREVISTA COM O DIRETOR DE PROGRAMAÇÃO E PRODUÇÃO DA RPC E ÓTV

Curitiba, 21 de setembro de 2011.

Prezado(a) Senhor(a),

Meu nome é Jairo Nascimento, sou aluno do curso de Pós Graduação MBA em Gestão e Produção de Rádio e TV, da Universidade Tuiuti do Paraná, em Curitiba, e gostaria de contar com a sua ajuda em uma pesquisa realizada para fundamentar meu trabalho de conclusão de curso. Meu projeto trata da elaboração de um programa de TV, e sua contribuição é muito importante.

Se concordar em contribuir com a pesquisa e ter suas opiniões expostas no trabalho, por favor, responda as seguintes questões:

Nome: Carlyle Ávila

Profissão/cargo: Diretor de programação e produção da RPC-TV e ÓTV

1. O mercado televisivo é receptivo para este tipo de formato do programa Papo Furado?

Existe mercado para o humor, o que está faltando é humorista, quando todos se lembram de humor ainda fazem referência aos bons tempos de Chico Anísio na década de 80, dos melhores momentos do programa Casseta e Planeta quando ainda era Planeta Diário, ou seja, o que está faltando hoje são bons roteiristas de humor que saibam conduzir um programa que seja interessante a todas as classes. Existem programas populares com bastante audiência, o humor está segmentado e talvez não esteja atendendo muitas pessoas na TV aberta, mas como segmento este é um projeto bastante interessante, pois hoje existe muito espaço para o humor.

2. Como você avalia essa ideia de possibilitar com que o telespectador envie o conteúdo para estimular essa interatividade que a internet proporciona também para televisão?

Acredito que seja mais um canal para poder construir um roteiro de humor, hoje o setor da comunicação tem esse conceito do participativo, e é viável e válido corresponder a essa vontade que as pessoas têm de colaborar, embora seja um conceito antigo, é só verificar a quantos anos a vídeo cacetada está na TV.

3. Nos últimos 10 anos as emissoras de TV tem apostado em um humor voltado mais ao público jovem, ex.: Pânico na TV, CQC, Legendários, você acredita que esse público tem sido atendido?

Existe mercado para este humor segmentado, parece que a audiência jovem como um todo ainda não se conectou em um programa de humor, estes programas citados em algum momento foram eficientes em buscar uma ampla margem de público jovem, mas não sei dizer se ainda hoje esse público é fiel, pois os programas tem uma característica de humor segmentado, um é humor negro, outro é humor político, ou um humor politicamente incorreto, também agora os “stand ups”, então precisa-se verificar o que fará mais sentido para o telespectador que está procurando se divertir.

4. Você acredita que a interatividade dentro de um programa de TV pode ajudar a refletir positivamente em audiência?

Ajuda na audiência, mas principalmente na forma que você constrói e de que forma se contam essas histórias, pode-se achar que todas as pessoas que estão participando são chatos e preferir que o humorista conte uma piada do que ver um vídeo enviado por alguém contando esta mesma piada. O mais difícil é escolher em que segmento atuar; jovens, jovens da classe C, da classe AB e qual deles participará interagindo com o celular, internet, ou só assistindo a TV. Isso tudo as vezes vai ficando muito segmentado e provavelmente o mais interessante não seja o

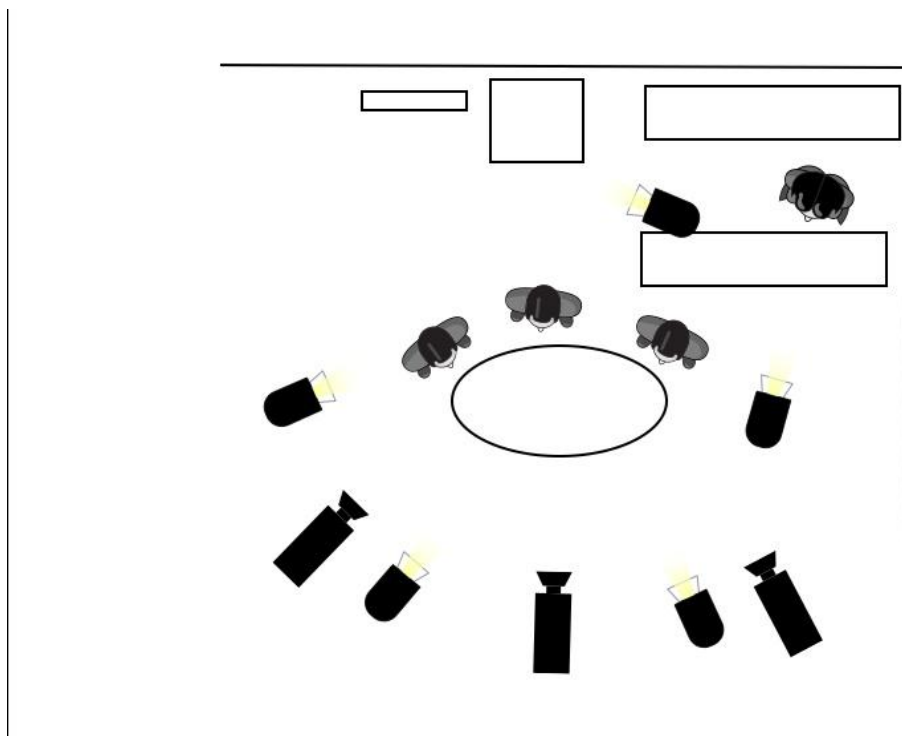
público só participar apenas no programa de TV mas sim em um link de multi plataformas, que deixará muito mais interessante do ponto de vista de conteúdo, tendo um potencial grande para ser usado.

5. Você acredita que hoje o meio televisão está preparado para trabalhar em um formato multi plataformas, onde estas novas tecnologias permitem que a internet seja acessada pela televisão, e principalmente pelo conteúdo do nosso programa também ser alimentado por parcerias com blogs de humor?

Primeiramente o mais importante é vocês começarem com alguém que já tem uma legião de seguidores em algum lugar para ter essa produção colaborativa para o programa, acredito que é válido, e também vejo que isso ainda está sendo um aprendizado para todo mundo, pois esta forma de obter conteúdo de forma colaborativa ninguém domina, nem na TV e nem no meio digital. Por esse motivo é importante saber como contar a história para cada tipo de plataforma, em breve eles vão se complementar.

ANEXO 2 - FIGURAS

- Planta baixa



- Logo do programa



- Visão do cenário



ANEXO 3 – ROTEIRO

PROGRAMA PAPO FURADO		
Edição: 01	Exibição: 14/12/2011	Bloco: 01
Redação: Jairo Nascimento	Duração: 12'00"	Apresentação: Jairo/Juan
Edição de Vts: Fábio		Entrevistado: Antônio Tabet
VÍDEO	ÁUDIO	
<p>VH ABERTURA– 0`05`</p> <p>ESCALADA PGMG - 0'30"</p> <p>GC: JAIRO NASCIMENTO</p> <p>GC: JUAN PINEDA</p> <p>GC:</p> <p>PAPOFURADO.BLOGSPOT.COM.BR</p> <p>GC: TWITTER.COM/PAPOFURADO</p> <p>GC: FACEBOOK: PAPO FURADO</p>	<p>JAIRO:</p> <p>DAE GALERA! SALVE SALVE! COMEÇA AGORA O PROGRAMA MAIS DIGITAL DA TV ANALÓGICA BRASILEIRA. PAPO FURADO NO AR. DAE MEU COMPANHEIRO, COMO VOCÊ ESTÁ?</p> <p>JUAN:</p> <p>CARA, ESTOU SUSSE QUE NEM MUSSE , POIS HOJE TEREMOS SÓ COISA ENGRAÇADA QUE ROLA NA INTERNET. O PAPO FURADO É ASSIM, FEITO PELA GALERA. SEJAM TODOS BEM VINDOS AO NOSSO PROGRAMA DE TV COM CARA DE BLOG, OU SERIA UM BLOG COM CARA DE TV?</p> <p>JAIRO:</p> <p>POIS É JUAN, NOSSAS REDES SOCIAIS ESTÃO AÍ PRA VOCÊ MANDAR O SEU LIXO DIGITAL OU CONVERSAR COM A GENTE. ACESSEM NOSSO BLOG, CONTA DO TWITTER OU CANAL DO YOUTUBE. AQUI, O POLITICAMENTE CORRETO NÃO ENTRA!</p>	

GC: @CELSODANIELLOKO

VT MOTORISTA SONOPLASTA –
0'30"

DEIXA: ...NO TRÂNSITO.

GC: JACAREBAGUELA.COM.BR

FRAME HISTÓRIA VIDA - 0'05"

PRA COMEÇAR, VOU APRESENTAR O NOSSO ENREVISTADO, ELE QUE É CRIADOR DO BLOG HUMORÍSTICO KIBE LOCO. CHEGA AÍ ANTÔNIO TABET!

*Agradecimento. Sugestão de perguntas na ficha. Chama perguntas das redes sociais.

JUAN:

CHEGOU A HORA DO NOSSO PRIMEIRO VÍDEO. VEJAM A HISTÓRIA DO MOTORISTA SONOPLASTA, VÍDEO QUE VEM DIRETO DE SINOP, NO MATRO GROSSO, E FOI ENVIADO POR CELSO DANIEL. VEJAM SÓ!

JUAN:

QUEM MANDAR O VÍDEO JÁ ESTÁ CONCORRENDO NO SORTEIO DE UM NOTEBOOK ESTA SEMANA.

*Comentários. Segue a entrevista.

JAIRO:

NEM SÓ DE VÍDEOS VIVE O PROGRAMA. VEJA ESSA FOTA QUE A GALERA DO BLOG JACARÉ BANGUELA NOS ENVIOU. A HISTÓRIA DE UMA VIDA.

GC: YOUTUBE: CARLOS_DUDU45

VT VLOGGER BETHÂNIA - 0'45"

GC: BOBAGENTO.COM.BR

FRAMA FVM PATINS – 0'05"

*Comentários. Segue a entrevista.

JUAN:

NÃO PERCA, DAQUI A POUCO, A EDIÇÃO DO JORNAL PF DE HOJE. ESSA SEMANA, MUITA GENTE FICOU REVOLTADA COM A NOTÍCIA QUE A MARIA BETHÂNIA VAI GANHAR UM MILHÃO DE REAIS PARA FAZER UM BLOG. O NOSSO AMIGO CARLOS EDUARDO GRAVOU A SUA OPINIÃO E MANDOU PARA O NOSSO QUADRO VLOGGER DE HOJE. MANDA AE!

*Comentários. Segue a entrevista com perguntas das redes sociais.

JAIRO:

VAI DIZER QUE VOCÊ NÃO GOSTA DE FAZER UMA GAMBIARRA NA SUA CASA. SE FIZER, TIRA FOTO, FILMA E MANDA PRO PF! OLHA O QUE NÓS RECEBEMOS DA GALERA DO BLOG BOBAGENTO. O PATINS MAIS TOSCO DE TODOS OS TEMPOS. FAÇA VOCÊ MESMO!

*Comentários. Segue a entrevista.

JUAN:

LEMBRANDO QUE HOJE TEM SORTEIO DE DEZ CAMISAS DO PROGRAMA PARA QUEM RETUITAR A NOSSA HASHTAG #SORTEIOPF. VAMOS FAZER UM EXERCÍCIO DE MEMÓRIA AO

VT VPRD SANDUÍCHE - 0'30"

VER UM DOS PRIMEIROS VÍDEOS A BOMBAR NA INTERNET, A HISTÓRIA DO SANDUÍCHE-ICHE. VALE A PENA RIR DE NOVO!

*Comentários. Segue a entrevista.

JAIRO:

TEM GENTE QUE NASCEU COM A BUNDA VIRADA PARA LUA, FAZ DE TUDO PARA SER FAMOSA. A LUANA MENDES, DE BELFORD ROXO, É UMA DELAS. ELA PRODUZIU UM VÍDEO FAZENDO A DANÇA DO VEXAME. DANÇA GATINHA, DANÇA NO NOSSO QUADRO 15 FRAMES DE FAMA.

VT 15 FRAMES LUANA VEXAME - 0'25"

*Comentários. Segue a entrevista com perguntas das redes sociais.

GC:
PAPOFURADO.BLOGSPOT.COM.BR

JUAN:

FIQUE LIGADO NOS NOSSOS SORTEIOS. ENTRE NO BLOG FURADO E CONFIRA TUDO LÁ. O NOSSO PROGRAMA VAI PARA O INTERVALO E NA VOLTA VAI FAZER VOCÊ RIR AINDA MAIS. NO ESTÚDIO, O NOSSO ENREVISTA DO É ANTÔNIO TABET, DO BLOG KIBELOCO. TUDO ISSO DAQUI A POUCO, OLHE SÓ!

VT DAQUI A POUCO – 0'15"
VH PASSAGEM – 0'05"

BREAK

PROGRAMA PAPO FURADO		
Edição: 01	Exibição: 14/12/2011	Bloco: 02
Redação: Jairo Nascimento	Duração: 12'00"	Apresentação: Jairo/Juan
Edição de Vts: Fábio		Entrevistado: Antônio Tabet
VÍDEO	ÁUDIO	
VH PASSAGEM – 0`05`	<p>JAIRO: DE VOLTA O PROGRAMA MAIS ENGRAÇADO QUE VOCÊ AJUDA A FAZER. CONOSCO ESTÁ O BLOGUEIRO ANTÔNIO TABEL, DO KIBE LOCO. ANTES DA GENTE COMEÇAR A CONVERSAR EU SOUBE QUE TEMOS NOTÍCIAS DE ÚLTIMA HORA. PARA TUDO PARA O JORNAL PF!</p> <p>*Comentários. Segue a entrevista.</p> <p>JUAN: DEPOIS DESSE MOMENTO INFORMATIVO DO PROGRAMA, VAMOS DIRETO AO NOSSO GIRO PELO MUNDO, O PF NO MUNDÃO. TEM CADA VÍDEO QUE NOS ENVIAM. O TÚLIO BRAGANÇA, INTERNauta BRASILEIRO QUE MORA EM MOSCOU NA RÚSSIA, NOS MANDOU O VÍDEO DO BEBUM PELADO. É PRA ACABAR. RODA AE, MEU FILHO!</p>	
VT JORNAL PF - 1'30"		
GC: TWITTER.COM/PAPOFURADO GC: FACEBOOK: PAPO FURADO		
VT PFMUNDO BEBUM -0'30"		

VT Ñ PEGA ESSA – 0'30"

GC: VÍDEO DE @LUCKYGUY

GC: NAOSALVO.COM.BR

*Comentários. Segue a entrevista com perguntas das redes sociais.

JAIRO:

JUAN, DEIXA EU MANDAR UM ABRAÇO PARA OS NOSSO AMIGOS DO FACEBOOK QUE CURTIRAM OS NOSSOS POSTS, VALEU GALERA. IXI,VELHO, TEM COISAS QUE SÃO INACREDITÁVEIS. SE VOCÊ FEZ UMA FAÇANHA QUE DEIXOU ATÉ A SUA VOVOZINHA BOQUIABERTA, MANDA PARA O PF E A GENTE DIZ: NÃOOOOO!

*Comentários. Segue a entrevista.

JUAN:

E OS CANTORES DE PLANTÃO AGORA TERÃO O SEU ESPAÇO. MAS CANTEM AFINADOS, POR FAVOR. DIRETAMENTE DO BLOG NÃO SALVO, DA GRAVADORA VERGOLHA ALHEIA RECORDS, TIZIO DO XIAMBÚ CANTANTO MOÇA FEDIDA. NA TELA!

*Comentários. Segue a entrevista.

JAIRO:

EI, VOCÊ MANDOU ALGUM VÍDEO? ENTÃO JÁ ESTÁ CONCORRENDO. ESTÁ BOMBANDO NA REDE O TAL DO BAILE DA XOXTA LOUCA. HAHA, VEJA AÍ!

VT XOXOTA LOUCA - 1'00"

FRAME COCOMENTÁRIOS 0'15"

GC:
PAPOFURADO.BLOGSPOT.COM.B
R

VT VERSÃO NOSSA TIOZINHO
0'45"

GC:@JOAOC_BAGETV

VT VERSÃO DELES TIOZINHO –
0'20"

JAIRO:

E PRA IMENDAR, OS COMENTÁRIOS DO
POVÃO, OU MELHOR, OS COMENTÁRIOS:

*Comentários. Segue a entrevista.

JUAN:

O NOSSO PROGRAMA ESTÁ QUASE NO FIM,
MAS AGUENTE AÍ, POIS O ANTÔNIO TABEL FICA
DEPOIS PRA CONVERSAR COM VOCÊ NA
NOSSA VERSÃO ON-LINE DO PF. TODO MUNDO
SABE QUE NA WEB A GALERA TEM MANIA DE
REEDITAR VÍDEOS. NÓS TAMBÉM. ENTÃO,
VEJA AÍ A DANÇA DO TIOZINHO DO METAL.
ESSA VERSÃO É NOSSA!

JUAN:

E AGORA, NA VERSÃO DELES, A EDIÇÃO FEITA
PELO JOÃO CARLOS, DE BAGÉ. FICOU MUITO
LOUCA.

JAIRO:

JUAN, ESTAMOS QUASE NO FIM DO
PROGRAMA MAS AINDA DÁ TEMPO PARA MAIS
UMA FOTO. A FOTO DO IRMÃO DO NEYMAR,
MUITO BOA ESSA!

FRAME IRMÃ NEYMAR – 0'05"

GC:
PAPOFURADO.BLOGSPOT.COM.B
R

GC: TWITTER.COM/PAPOFURADO
GC: FACEBOOK: PAPO FURADO

SOBE FICHA

FIM DO PROGRAMA

*Comentários. Segue a entrevista.

JUAN:

ANTÔNIO, VALEU TUA PRESENÇA, MUITO BOM NOSSO PAPO. MAS VOCÊ AINDA FICA COM A GALERA NA NOSSA VERSÃO DIGITAL DO PROGRAMA, CONVERSANDO COM ESSE POVO LOCO, BELEZA?

JAIRO:

NO NOSSO SITE TAMBÉM TEM O RESULTADO DO SORTEIO DAS CAMISETAS E DA VOTAÇÃO DOS MELHORES VÍDEOS DE HOJE. SE VOCÊ TEM ALGO TOSCO, ESTRANHO OU ATÉ ESPETACULAR, NÃO ESPERA, NÃO. MANDA PARA GENTE, PÕE NO TEU BLOG. DEIXA NA REDE. SEXTA QUE VEM ESTAMOS DE VOLTA COM O PAPO FURADO. AGORA VAI PARA BALADA, VAI. JÁ ESTÁ MAIS GOZADINHOS PARA XAVECAR O POVÃO. ATÉ MAIS!

PROGRAMA PAPO FURADO		
Edição: 01	Exibição: 14/12/2011	Gravação: 13/12/2011
Quadro: Jornal PF	Duração: 1'30"	Apresentação: Jairo/Juan
Edição de Vts: Fábio		- - -
VÍDEO	ÁUDIO	
<p>VH JORNAL PF – 0'05`</p> <p>FRAME – ARTE PELADÃO.</p> <p>FRAME ARTE BEISEBOL</p>	<p>JAIRO: BOA NOITE.</p> <p>JUAN: BOA NOITE.</p> <p>JAIRO: NO AR O JORNAL PF COM AS NOTÍCIAS MAIS INACREDITÁVEIS DO BRASIL E DO MUNDO.</p> <p>JUAN: A PRIMEIRA NOTÍCIA VEM DOS ESTADOS UNIDOS. UM HOMEM DE 38 ANOS FOI PRESO ACUSADO DE TER MOSTRADO SUAS NÁDEGAS E O PÊNIS PARA UMA MULHER DE 24 ANOS. O SUSPEITO IDENTIFICADO COMO IBRAHIM RASHEED HURANI FOI DETIDO ACUSADO DE EXPOSIÇÃO INDECENTE. SERÁ QUE ELA SE REVOLTOU POR ACHAR ALGO PEQUENO?</p> <p>JAIRO: UM PAI-TORCEDOR DO TIME AMERICANO DE BEISEBOL DOS LOS ANGELES DODGERS FOI FLAGRADO QUANDO LARGA SUA FILHA EM</p>	

ARTE PREVISÃO – 0'20"

PLENO AR PARA TENTAR PEGAR UMA BOLA PERDIDA QUE FOI PARAR NA ARQUIBANCADA EM UM JOGO. APARENTEMENTE, APESAR DO CONSTRANGIMENTO, A MENINA, DE CERCA DE 7 ANOS, NÃO SE MACHUCOU. PESQUISEI E DESCOBRI, QUE PARA ALÍVIO DO PAI, A BOLA NÃO SE FERIU.

JUAN:

VAMOS AO NOSSO SERVIÇO DE FUTUROLOGIA COM A PREVISÃO DO QUE BOMBA NA NET.

NESTA SEMANA, OS COMENTÁRIOS PRECONCEITUOSOS QUE O CANTOR ED MOTTA FEZ NO FACEBOOK ESTÃO EM ALTA. UM SISTEMA DE BAIXA PRESSÃO DIMINUI AS VIZUALIZAÇÕES DO GOL PRONTO QUE FOI PERDIDO PELOS JOGADORES DO CRUZEIRO. PREVISÃO DE MAIS ACESSOS NO BLOG CORTO CABELO E PINTO POR SEUS NOVOS POSTS.

ARTE TWITTERS – 0'20"

JAIRO:

SE VOCÊ AINDA NÃO ABRIU O SEU TWITTER, SE ATUALIZE AGORA COM OS TWITTS MAIS ENGRAÇADOS.

DESTAQUE DO @RADIOVANUSA// CABE UMA PENTEADEIRA, CABE O MEU AMOR, OLHÁ O SOL HOJE NÃO APARECEU, É O FIM DA ODISSÉIA TERRESTRE.

DESTAQUE DE @OCRIADOR// SÃO TOMÉ SEMPRE PERDE NO POQUER POR QUE ADORA UM PAGO PRA VER.

FRAME ARTE MACONHA

DESTAQUE DE @AGORAJAFALÉI// COM O FINAL DE SEMANA, ATÉ TRISTEZA PULA DE ALEGRIA.

JUAN:

A NORTE-AMERICANA ROBIN BROWN, DE 49 ANOS, ENTROU COM UM PROCESSO CONTRA A POLÍCIA DE SUA CIDADE, POR TER SIDO PRESA EM 2009 DEPOIS QUE A POLÍCIA CONFUNDIU SÁLVIA COM MACONHA. A JUSTIÇA LOCAL ESTÁ ESTUDANDO O CASO. JÁ PENSOU O QUE ELES COMERAM COMO TEMPERO DE SALADA?

JAIRO:

ESTA FOI MAIS UMA EDIÇÃO DO JORNAL PF. UM COMPROMISSO COM A VERDADE, MESMO QUE ELA SEJA BIZARRA. BOA NOITE.

JUAN:

BOA NOITE.

SOBE FICHA TÉCNICA

FIM DO VT