



# LA TELEVISIÓN IMAGINADA: analógico y digital disputados a partir de la interactividad

IMAGINED TV: interactivity as a disputed value between analog and digital

Fecha de envío: 03/06/2024 Fecha de aceptación: 25/06/2024 Fecha de publicación: 30/08/2024

**Valéria Maria Sampaio Vilas Bôas Araújo**  
Universidade Federal de Sergipe  
E-mail: [lelavbs@gmail.com](mailto:lelavbs@gmail.com)  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8335-4979>

**Leonardo Assunção Bião Almeida**  
Centro Universitário Jorge Amado  
E-mail: [leonardobiao@gmail.com](mailto:leonardobiao@gmail.com)  
ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-8813-0026>

**Fernanda Mauricio da Silva**  
Universidade Federal de Minas Gerais  
E-mail: [fernandamauricio@gmail.com](mailto:fernandamauricio@gmail.com)  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3661-6475>

DOI: [10.26807/rp.v28i120.2131](https://doi.org/10.26807/rp.v28i120.2131)

## Abstract

In this text we analyze how discourses about the future of television are articulated, focusing on the discussion about interactivity in Brazilian television in the last two decades. This perspective arises from an exploratory research in which we identified that in Brazil, in the 2000s, the digitization of television appeared as a motivating context for discussions about the future of the medium, and interactivity as the main feature associated with the future of television and an articulating element of its historicity. In this sense, we argue that interactivity becomes a value in the dispute between analog and digital. In our methodological approach, we observe how the discourses on this future are articulated from the statements of the producers that integrate the video series "Sonhar TV"; the Brazilian bibliography on television; the discursive practices of television criticism; and the strategies present in the program "Sterblitch não tem um talk show: o talk show" (Sterblitch doesn't have a talk show: the talk show). Resulting from the adaptation of a theatrical performance and strongly articulated with the practices of social media, meme culture and viralization, the program updates perspectives on interactivity, creativity and hybridization, offering an ambiguous vision of television and its imagined future.

**Keywords:** interactivit, future, brazilian television, historicity of television

## Resumen

En este texto analizamos cómo se articulan los discursos sobre el futuro de la televisión, tomando como foco la discusión sobre la interactividad en la televisión brasileña en las últimas dos décadas. Esta perspectiva surge de una investigación exploratoria en la que identificamos que en Brasil, en la década de 2000, la digitalización de la televisión aparecía como impulsora de las discusiones sobre el futuro del medio, y la interactividad como principal característica asociada al futuro de la televisión y elemento articulador de su historicidad. En este sentido, argumentamos que la interactividad se convierte en un valor en la disputa entre lo analógico y lo digital. En nuestro abordaje metodológico, observamos cómo se articulan los discursos sobre este futuro a partir de las declaraciones de los productores que integran la serie de videos «Sonhar TV»; la bibliografía sobre el medio; las prácticas discursivas de la crítica televisiva; y las estrategias presentes en el programa «Sterblitch não tem um talk show: o talk show». Resultado de la adaptación de un espectáculo teatral y fuertemente articulado con las prácticas de las redes sociales, la cultura del meme y la viralización, el programa actualiza las perspectivas sobre la interactividad, la creatividad y la hibridación, ofreciendo una visión ambigua de la televisión y su futuro imaginado.

**Palabras clave:** interactividad, futuro, televisión brasileña, historicidad de la televisión,



## 1. La televisión del futuro, hoy

¿De qué televisión hablamos hoy? Desde su creación, pasando por la invención del vídeo, la televisión en color, la transmisión por satélite, el videocasete, el control remoto, la televisión por cable, hasta su relación con Internet, la cultura de la convergencia, el streaming, la televisión siempre ha estado involucrada en ejercicios de futurología: ¿Cómo se mantendría frente a lo nuevo? ¿Podrías seguir siendo competitiva y seductora? Con cada nuevo estímulo, ¿la abandonaría su audiencia?

En el Brasil de la década de 2000, la digitalización de la televisión aparece como un contexto impulsor de discusiones sobre el futuro del medio. En aquel momento, su forma analógica se vio forzada y desafiada por la aparición de lo digital. Cuestiones como la interactividad, el contenido bajo demanda, la fragmentación de la audiencia y la convergencia pusieron en duda la televisión tal como la conocíamos y alimentaron las apuestas sobre las nuevas formas del medio. A partir de una investigación exploratoria, identificamos que la cuestión de la "interactividad" era la principal característica asociada al futuro de la televisión a principios de los años 2000 y un elemento articulador de su historicidad. Desde esta perspectiva, nuestro objetivo en este trabajo, entonces, es investigar – a partir de discursos de profesionales de la televisión brasileña publicados en el canal de YouTube "Sonhar TV" (SonharTV, s.f.), críticas especializadas y revisión de la literatura – qué se pensaba, predecía o deseaba para el desarrollo de la televisión como tecnología y lenguaje en aquel momento. Siguiendo a Raymond Williams (Williams, 2016), argumentamos que imaginar la televisión del futuro en esa época fue una herramienta importante para construir la posibilidad de lo que ha llegado a ser hoy. Tomamos como punto de partida las discusiones que han tenido lugar en Brasil en las últimas dos décadas, buscando ver cómo se presenta esa televisión del futuro, pensada después del cambio del siglo XX, momento que nos permite ver las transformaciones, las adaptaciones en esas formas de hacer y ver, pero también las continuidades, la prevalencia de una cultura televisiva dominante, convencional, forjada en su condición analógica, que insiste en mostrarse imperativa.

Para finalizar nuestro recorrido, proponemos un ejercicio analítico sobre el programa «Sterblitch não tem um talk show: o talk show» (o #NTEMUMTALKSHOW como se ha dado a conocer en las redes sociales). Producido por los Estudios Globo, emitido inicialmente en las redes sociales del portal de entretenimiento de la emisora y lanzado en el servicio de streaming en junio de 2020, el programa promete incorporar la interactividad convirtiendo a la audiencia en protagonista de las entrevistas. Entendemos que, aunque apele a un discurso de novedad basado en lo digital y tensionante en relación a la experiencia mayoritaria de recepción televisiva, el programa reafirma la condición de referencia y parámetro que la televisión y su lenguaje – consolidado desde lo analógico – tiene en su construcción, destacando diálogos entre diferentes procesos de creación de lenguaje para el medio.

## 2. TV imaginada, planeada e interactiva

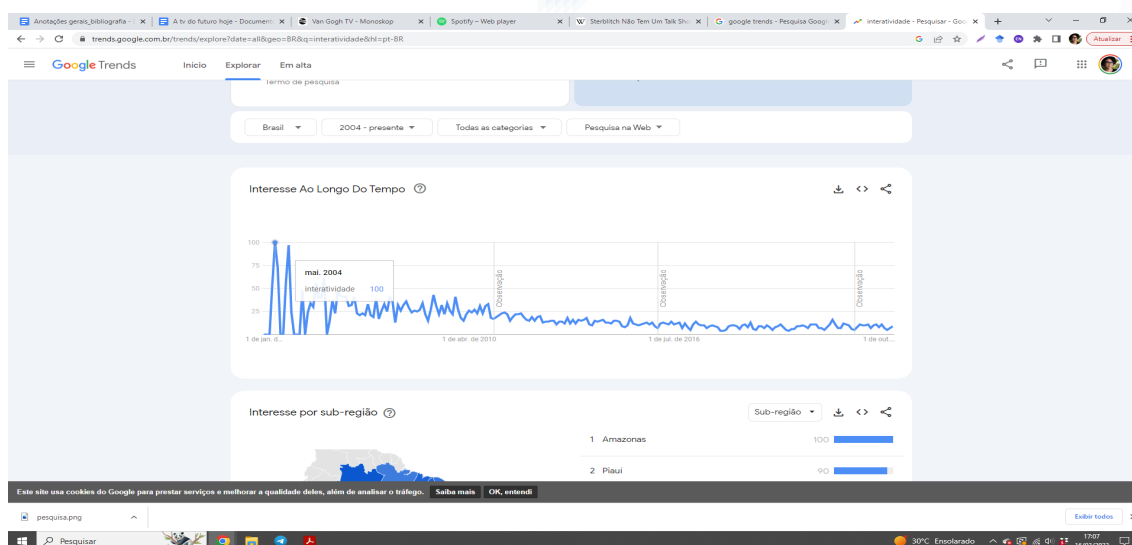
En un libro publicado en 1973 y convertido ya en un clásico sobre la televisión, Raymond Williams, en desacuerdo con una creencia común en la época, sostiene que la televisión, como la mayoría de los inventos tecnológicos, no fue un hecho aislado, un descubrimiento que cambió el mundo a su alrededor. Al contrario, dependía de un conjunto de inventos y desarrollos en electricidad y telecomunicaciones que respondían a nuevas necesidades fomentadas por una larga historia de acumulación de capital y trabajo de mejora tecnológica. La televisión fue un medio previsto, imaginado y hecho posible. Reflexionando sobre el desarrollo del medio, el autor afirma que:

Quizá los avances técnicos más revolucionarios se produzcan en el segmento de la televisión interactiva. (...) En Estados Unidos ya hay planes para captar la reacción instantánea del público ante los programas que se emiten; incluso se ha sugerido que, en un momento determinado de una obra, los espectadores puedan elegir, por mayoría, si debe tener un final «triste» o «feliz». (Williams, 2016, pp. 150-151)

Las apuestas de Williams se basaban en observaciones de lo que ya estaba planeado y en desarrollo para la televisión. Un movimiento similar de planificación del futuro se observa años después, en 2012, cuando la Secretaría del Audiovisual del Ministerio de Cultura de Brasil, en colaboración con la Sociedade Amigos da Cinemateca Brasileira, creó el proyecto «Sonhar TV», que también presenta apuestas sobre el futuro de la televisión. La iniciativa se describe en su canal de YouTube como «un movimiento de debate colectivo que pretende reflexionar sobre lo que sería una hipotética televisión de los sueños para la sociedad» (SonharTV, s.f.). El proyecto reunió a investigadores, directores, dramaturgos y productores de televisión brasileños en una serie de vídeos en los que presentan sus observaciones sobre la televisión y las transformaciones que el medio estaba experimentando en aquel momento. La implantación de la televisión digital, los temores de un futuro apocalíptico y la reciente y tímida relación del medio con la internet fueron los principales vectores de las discusiones sobre la TV del futuro, una idea que recorre casi todos los testimonios, especialmente en relación con los temas de la convergencia mediática y la interactividad.

En el Brasil de la década de 2000, la digitalización de la televisión apareció como un contexto propicio para los debates sobre su futuro. La herramienta Google Trends, que permite observar la popularidad de un término mediante el seguimiento de la evolución del número de búsquedas del mismo en diversas partes del mundo tomando como referencia cualquier momento a partir de 2004, muestra que en aquella época había un gran interés por discutir el término «interactividad», como muestra el gráfico siguiente, generado por la propia herramienta.

**Figura 1. El gráfico de Google Trends muestra la evolución de las búsquedas del término interactividad | FUENTE - Google Trends**



Este interés por el término queda ratificado por la bibliografía sobre la televisión en Brasil en la época (Montez & Becker, 2005; Mielniczuk, 2005; Temer & Tondato, 2006; Andrelo, 2006;

Becker, 2007; Brittos & Rosa, 2009) y encuentra resonancia en el discurso de los entrevistados por el proyecto «Sonhar TV». En un vídeo publicado por el canal en julio de 2012 titulado «TV del Futuro» (SonharTV, s.f.), Esther Hamburguer argumenta que «la gente en internet está interactuando todo el tiempo y creo que la tendencia es que la televisión siga el ejemplo». Sin embargo, subraya que, desde el punto de vista del lenguaje, seguía siendo necesario desarrollar formas de interacción en televisión. Esta opinión es compartida por Zico Góes, que destaca la necesidad de formas específicas de interacción con la televisión y afirma que «la interactividad por la interactividad, la tienes en tu día a día todo el tiempo y no es divertida. Un cajero automático es lo más interactivo que hay, incluso le hablas, te responde, interactúas, y el dinero viene, o no viene». En otro vídeo del mismo canal (SonharTV, s.f.), el productor problematiza el uso de la palabra interactividad: «la interactividad en televisión sólo es útil si es divertida. Y tiene que ser divertida para todos, incluidos los que no van a interactuar». Según Zico, esta es la razón por la que «la televisión no interactiva no tiene los días contados».

Es interesante observar en estas reflexiones de los profesionales de los medios de comunicación que la interactividad emerge como un valor en la disputa entre lo analógico y lo digital. Al mismo tiempo que reconocen que, como característica del lenguaje, la interactividad es independiente de las tecnologías digitales, la aparición de Internet y de nuevas posibilidades técnicas apunta a importantes transformaciones en la forma en que la televisión incorpora capacidades interactivas. La relación con Internet como modelo de interactividad de la época se encuentra, por ejemplo, en las palabras de Newton Cannito, quien sostiene que no existe la televisión no interactiva: «La televisión siempre ha sido interactiva. Así que hay que acabar con esa idea de que la televisión interactiva va a ser algo parecido a Internet». Para el guionista, interactuar con y sobre un programa de televisión se justifica porque «lo divertido de la televisión es que es una experiencia colectiva».

Marcílio Moraes, por su parte, habla de la interactividad en la televisión del futuro, llamando la atención sobre la relación con el telespectador, que para él siempre ha sido interactiva: «Quien escribe siente mucho esto, no sólo sientes cómo el telespectador percibe lo que va bien, cómo va el folletín, sino que todos los que ven el folletín hablan contigo – amigos, parientes, esta interacción siempre ha sido muy fuerte» (SonharTV, s.f.). Indicando la imposibilidad del futuro imaginado para la televisión, Nelson Hoineff cree que «la interactividad como forma de interferir en el contenido es una utopía que nunca se ha realizado ni se realizará. La interactividad como forma de elección sí lo es». (SonharTV, s.f.)

Los discursos presentados por los vídeos del canal «Sonhar TV» sobre el futuro de la televisión y la interactividad televisiva apuntan a un conjunto de cuestiones comunes con la literatura sobre el tema: la relación con las tecnologías disponibles y las disputas en torno a la TV digital e internet (Lemos, 1997; Becker, 2007; Temer & Tondato, 2006; Brittos & Rosa, 2009) la comprensión del rol del espectador/receptor/interagente (Becker, 2007; Temer & Tondato, 2006; Brittos & Rosa, 2009; Mielniczuk, 2005); las formas de interacción y sus implicaciones para la producción de contenidos televisivos. Además de estas, la bibliografía que mapeamos también indica la importancia de discutir el uso de dispositivos periféricos, como el control remoto y el videocasete, que dotan a la televisión de funciones y capacidades interactivas como el zapping o formas preliminares de autoprogramación (Lemos, 1997; Temer & Tondato, 2006; Brittos & Rosa, 2009; Andrello, 2006). En julio de 2012, la televisión digital, en funcionamiento en Brasil desde diciembre de 2007, llegó a las últimas capitales que aún no tenían su señal emitida a través de TV Acre y TV Rondônia, filiales de Rede Globo.

La digitalización de la señal de televisión y la promesa de un mayor desarrollo de la capacidad

interactiva de la televisión fueron dos cuestiones asociadas por muchos autores, como Valdecir Becker, para quien, en aquella época, la televisión estaba «a punto de convertirse en un medio interactivo con acceso a otros medios» (Becker, 2007, p. 68). Para el autor, la transmisión digital permitiría la existencia de emisiones realmente interactivas, sobre todo teniendo en cuenta su argumento de que, aunque muchos programas ya se consideraban interactivos antes de la implantación de la señal digital, el hecho de que no alcanzaran las posibilidades reales de la TV interactiva mutilaba el concepto de interactividad (Becker, 2007, p. 70). Esta forma de entender la interactividad, aunque tenga en cuenta cierta historicidad del desarrollo de prácticas interactivas en la televisión analógica – como el envío de cartas por parte de los telespectadores, por ejemplo – parece rechazar una visión de la televisión que considere su hibridación con internet. En este sentido, el autor argumenta que «estudiar la interactividad en televisión a partir de internet puede llevar a desvirtuar el concepto de televisión interactiva, que puede ser vista sólo como un agregador de la world wide web». (Becker, 2007, p. 74)

Diez años antes de la reflexión de Becker, Lemos (1997) propuso una visión diferente de la interactividad en las interfaces digitales y recuperó una visión de la interactividad en la televisión analógica:

La televisión tradicional permite la interacción con la máquina (encender, «zapping»), sin permitir una interacción directa y más amplia (que la simple votación telefónica) con el contenido de las emisiones. Aunque emisiones brasileñas como «Você Decide» o «Intercine» sean interactivas en sentido amplio, la interactividad se limita aquí a la elección entre dos o tres opciones a partir de llamadas telefónicas. La emisión francesa «Hugo Délire» incorpora elementos de verdadera televisión interactiva, ya que el telespectador se convierte en jugador pulsando las teclas del teléfono y modifica el contenido de la emisión, en este caso el resultado del juego (Lemos, 1997, p. 2).

Llamando la atención sobre el modelo desarrollado en el concurso interactivo francés Hugo Délire, emitido en Brasil por CNT-Gazeta entre 1995 y 1998, el autor destaca la capacidad de interacción en tiempo real, en la que las órdenes dadas por el telespectador frente al televisor desde el control remoto se traducen en acciones del personaje. Para Lemos, los medios digitales actuarían en dos frentes: «sea ampliando y multiplicando la capacidad de los medios tradicionales (como satélites, cables, fibras ópticas); sea creando nuevas tecnologías, la mayoría de las veces híbridas» (Lemos, 1997, p.3). Esta apuesta parece estar en consonancia con el desarrollo que estamos viendo hoy en día en términos de tecnología, formas e industria televisiva.

Interactuar y participar forman parte de la historia de la televisión brasileña y son una herencia de la radio, un hábito que comenzó con las caravanas que iban a participar en los programas de entretenimiento, un movimiento que continúa hasta hoy. En los años 1980 y 1990, las experiencias de interactuar con la televisión se ampliaron con el envío de cartas al buzón del programa, como en «Xou da Xuxa» (TV Globo), o por teléfono, como la llamada para decidir el final de «Você Decide» (TV Globo) o qué película ver en la madrugada en la franja «Intercine» (TV Globo), participar en juegos para ganar premios, ya sea en dinero en «Fantasia» (SBT) o juguetes en «Bom dia e Cia» (SBT), elegir su vídeo musical favorito, dinámica muy utilizada por «Disk MTV» (MTV Brasil), llamar o enviar mensajes de texto para eliminar participantes en reality shows, como Gran Hermano Brasil (TV Globo) y Casa dos Artistas (SBT).

Aunque internet ya existiera en 1992, cuando se estrenó «Você Decide», aún no era una realidad en Brasil, como señalan Patrícia Kogut y Màyán Millen (2017) al hablar del programa.

Recordando la emisión como algo notable para la televisión brasileña, las autoras argumentan que «Você Decide» «Fue el primero en establecer un amplio diálogo con el público, algo que ganó una fuerza impresionante en los años siguientes. Era una televisión participativa, con la puerta abierta, invitando a la audiencia». (Kogut & Millen, 2017, p. 246). El público, que decidía el final de la emisión, participaba en la votación por teléfono, pero también veía el programa en pantallas gigantes instaladas por la cadena en algunas capitales, donde un reportero entrevistaba a personas anónimas que quisiesen dar su opinión.

La elección del sistema de interactividad Ginga para TV digital, desarrollado a nivel nacional y cuya principal promesa era permitir la interactividad sin necesidad de acceso a internet (Leal, 2019), revela una apuesta que ahora parece frágil cuando vemos que, cada vez más, es la hibridación entre televisión e internet la que gana fuerza, tanto en lo que se refiere a los modos de transmisión – streaming o a partir de smart TVs – como desde el punto de vista del lenguaje. En la época, muchos apostaban, como Becker y Montez (2005, p. 19), que la televisión digital sería una alternativa para la inclusión de los ciudadanos en la llamada «sociedad de la información», ya que la expansión del acceso a internet aún no era una realidad y la televisión llegaba al 90% de los hogares brasileños. La TV digital vista como una posibilidad de expansión de la democracia fue una perspectiva también apoyada por autores como Brittos y Rosa (2009), que vieron en internet una influencia para un modelo más participativo.

Otra cuestión que nos parece relevante es que el entendimiento de que la forma de ampliar el acceso a los medios de comunicación sería a través de la implantación de la TV digital deja de lado la posibilidad del acceso a internet, todavía incipiente en la época, como forma de construir la interactividad televisiva tanto desde el punto de vista de la transmisión de imágenes como desde el punto de vista de la proposición de modos híbridos de diálogo entre productores y telespectadores. La encuesta TIC Domicilios 2021 indica que tres de cada cuatro brasileños utilizan internet casi todos los días y que el 83% de la población tiene acceso a ella (Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto Br, 2021). Curiosamente, esta misma encuesta revela que hoy en día la televisión ha superado a los ordenadores como medio de acceso a internet en el país, lo que indica que la inclusión, aunque sí se ha generalizado por la presencia de televisores en los hogares, se ha producido no a través de la tecnología de televisión digital, sino por la incorporación del acceso a internet en los aparatos de televisión.

Con Internet, la interactividad se convierte en una posibilidad no sólo de prerrogativa técnica, es decir, elegir entre opciones preestablecidas a través del teléfono o hacer zapping entre canales con el control remoto. Los programas de televisión ganaron sitios web donde la audiencia podía acceder a información adicional, fotografías y trivialidades, se amplió la programación más allá de las parrillas convencionales y se incorporaron otras formas de interactividad. Pero es en las redes sociales donde la interacción con los contenidos televisivos se ha hecho más intensa. En el ya extinto Orkut, las comunidades dedicadas a las emisiones reunían a los aficionados para debatir sobre programas, invitados y dinámicas. Con el inicio de la popularización de Twitter en Brasil, en 2008, aunque todavía tímidamente, los usuarios comenzaron a utilizar la red social para comentar simultáneamente lo que estaban viendo en la televisión. Este movimiento comenzó a aumentar en 2009, cuando Twitter lanzó su versión en portugués, atrayendo a más personas.

Desde el momento en que se popularizó este comportamiento de ver la televisión y comentar en las redes sociales, las cadenas crearon perfiles oficiales en las redes sociales más utilizadas y empezaron a incluir una invitación a interactuar en los discursos de sus presentadores, invitando a la audiencia a enviar comentarios y participar en el programa todo el tiempo, a través de hashtags específicos, comentarios y opiniones publicadas en la

pantalla. De este modo, el poder de la interactividad para promover transformaciones en la televisión es visto, por la mayoría de los autores y realizadores que escriben/hablan sobre el tema, como algo que puede ir más allá de la mera participación y incluso moldear la producción de contenidos, sea a través de una comprensión más amplia de lo que quieren los espectadores, como señalan los discursos de «Sonhar TV», sea a través de la coproducción de receptores (Becker, 2007; Brittos & Rosa, 2009), o transformando los propios formatos televisivos con la aparición de géneros específicos moldeados por la participación de los espectadores, como los reality shows (Temer & Tondato, 2006). Observamos, entonces, que estas formas de interactividad que aparecían en nuestro pasado reciente como índices de la televisión del futuro se han materializado en la configuración actual del medio.

### 3. La interactividad como valor en la crítica de la televisión

En la crítica periodística, las temporalidades que activan los significados de la interactividad se refieren más fuertemente al presente y al futuro, pero un futuro proyectado sobre el presente, una expectativa. La anticipación del futuro, según Bruno Leal (2020), adopta diversas formas: planes, proyecciones, sueños – lo que se vincula al contenido producido por el canal que analizamos en este artículo: «soñar la TV» es una forma de experimentar el futuro en el presente, imaginándolo o tensionándolo. Nuestro acercamiento a la crítica televisiva busca localizar discursos sobre el futuro de la televisión basados en el valor de la interactividad. Utilizamos la base de datos TV Pesquisa, una plataforma de la Pontificia Universidad Católica de Río de Janeiro que transcribe, organiza y publica en un sitio web (<https://www.tv-pesquisa.com.puc-rio.br/>) artículos publicados en periódicos y revistas nacionales sobre la televisión y sus productos. Optamos por utilizar la palabra clave «interactividad» como guía, inicialmente sin un marco temporal definido. Tras un rastreo inicial, nos centramos en las reseñas publicadas entre 2000 y 2015, época que reúne las inquietudes iniciales que motivaron este artículo.

A principios de la década de 2000, aunque con reservas y apuntando a escenarios apocalípticos en algunos casos, el tono de la crítica enfatizaba el carácter innovador de las transformaciones hacia una mayor interactividad. Así, lo que la crítica quería mostrar era la modernización de la televisión, su “progreso” y evolución. La interactividad se presenta como algo nuevo que se podrá disfrutar mejor en un futuro próximo. El aparato tecnológico necesario para lograr esa interactividad fue muchas veces el tema central de las críticas, como en el breve texto de Keila Jiménez titulado «Futuro», en el que afirma: «pocos se han dado cuenta, pero Record ya ofrece contenidos interactivos en algunos programas». La autora pasa a decir el tipo de televisor necesario para que los espectadores tengan acceso a los contenidos interactivos ofrecidos por la telenovela Rebelde. (Jimenez, 2011). El texto de Camilo Rocha (2012) discute ampliamente los dispositivos, precios, características, ventajas y desventajas de los televisores que «también se convierten en un centro multimedia para escuchar tu música, radio online, ver fotos, clips, jugar, etc» (Rocha, 2012).

Al abordar las estrategias de los programas para lograr una mayor interactividad y participación de la audiencia, las reseñas revelan que el futuro está muy cerca o que ya lo estamos viviendo. Expresiones como «ya se ve», «las inversiones en interactividad ya existen y tienden a crecer» (Jimenez, 2013) demuestran la proximidad del futuro. Patrícia Kogut, hablando del estreno del reality show «Superstar» (TV Globo), expresa sus expectativas para el futuro en relación a la interactividad: «En un momento en que la TV avanza en el campo de la participación de la audiencia, 'Superstar' es un formato que ya es moderno, provocando la reflexión sobre la dirección de este medio» (Kogut, 2014). Por otro lado, hay una vuelta al pasado, cuando se hacen comparaciones con programas de televisión históricos («Você Decide» es la principal referencia), o cuando los críticos dicen que algo «no es nuevo», como el nuevo programa de internet de Olivier Anquier (Miller, 2008). De este modo, la crítica televisiva combina diferentes temporalidades en torno al valor de la interactividad, pero

siempre apuntando a un futuro imaginado. Cuando vuelven al pasado, los textos críticos parecen sugerir que hay algo predecible en la historia de la televisión, o como dice Bruno Leal, una certeza de que las cosas seguirán como están (Leal, 2020).

Después de esta revisión de los significados de la interactividad en la literatura, en los discursos de los profesionales del proyecto «Sonhar TV» y en la crítica especializada, consideremos brevemente una emisión que parece reunir perspectivas sobre la interactividad históricamente rastreadas en Brasil y poner en tensión el lenguaje televisivo a partir de la relación entre lo analógico y lo digital. «Sterblitch não tem um talk show: o talk show» (Sterblitch no tiene talk show: el talk show), lanzado en 2020, refleja la apuesta de una emisora hegemónica por experimentar nuevos lenguajes en su plataforma de streaming, a partir de un género aparentemente consolidado, el talk show.

#### 4. #NTEMUMTALKSHOW e a interatividade multiplataforma

El programa «Sterblitch no tiene talk show: el talk show» (o «#NTEMUMTALKSHOW») se estrenó en GloboPlay el 5 de junio de 2020. Siguiendo las características básicas del género talk show, el programa cuenta siempre con dos invitados, está acompañado por público y sigue una línea de construcción narrativa vinculada al humor. El nombre del programa deriva de una obra de teatro escrita y protagonizada por Eduardo Sterblitch, cuyo argumento satirizaba tanto la cantidad de cómicos que presentaban talk shows en televisión como el hecho de que él tenía un proyecto de programa que nunca había sido aceptado por ninguna cadena. En el espectáculo, el actor recrea toda la puesta en escena de un talk show e invita a personas del público a ser sus entrevistados.

El programa tiene una estructura reducida y se graba directamente desde un estudio improvisado en la casa del presentador, con apoyo técnico y dirección realizados a distancia: el director, Rafael Queiroga, y el editor, André Gribel – que también ofrece apoyo técnico –, trabajan desde sus casas. Debido a estas características, el programa resultó viable de producir durante la pandemia de COVID-19. En Globoplay, el programa se describe como un «talk show digital en el que Eduardo Sterblitch juega con sus invitados en el universo de Internet, realizando entrevistas, juegos y dinámicas divertidas con el lenguaje de la red». Aquí podemos ver la tendencia a la hibridación entre las culturas de la televisión e Internet, que se incorpora al universo creativo del programa, configurando un tipo de interactividad propia: en lugar de reaccionar ante el contenido, los espectadores componen el programa colocándose desde sus casas, filmados por sus propias cámaras en sus entornos domésticos, como entrevistados, jugando en línea con el presentador, haciendo preguntas a los invitados famosos.

El programa presenta características que lo aproximan a la definición de formas mestizas de comunicación, defendida por Martín-Barbero (2009): un producto resultante del intenso diálogo entre televisión e internet, que se concibe ya desde el principio para ser transversal en los más diversos medios. La idea de formas mixtas nos permite percibir que los productos televisivos contemporáneos ya no se destinan exclusivamente a ser consumidos en ese medio, pues se conciben de forma amplia y compleja, abarcando múltiples posibilidades de desarrollo y difusión desde internet, haciendo difusos los límites de su especificación.

La lógica de producción de «#NTEMUMTALKSHOW» se destaca precisamente por su apuesta en la interactividad como centro de su construcción narrativa. El programa era grabado en dos directos semanales, realizados en los perfiles de Twitter y Facebook de Gshow – portal de entretenimiento de TV Globo – donde el presentador recibía un invitado en cada encuentro.



Para formar parte de la audiencia virtual, los interesados podían inscribirse previamente y, si fuesen seleccionados, recibían un enlace para entrar en la sala de grabación. Antes de que comenzara oficialmente la grabación del programa, Eduardo Sterblitch abría otro directo en su perfil de Instagram para interactuar con sus seguidores, promoviendo una especie de «pre-show», donde leía y reaccionaba a los comentarios y también invitaba a la gente a encender la cámara y hablar con él. Todo el directo era debidamente grabado para formar el corte final del programa.

En seguida la dinámica de grabación migraba a las páginas oficiales de Gshow, donde se emitían las entrevistas. La realización de la grabación en directo con los espectadores desde las redes sociales es similar a la de un programa en directo, en la que el presentador dirige los debates, presenta a los invitados del día e interactúa con su equipo, sin las interrupciones propias de una grabación televisiva. En la primera parte, se invita a algunos miembros del público a ser entrevistados brevemente y, a continuación, comienzan las entrevistas con los invitados célebres. Entre las preguntas del presentador, se invita de nuevo a algunos miembros del público a hacer preguntas y participar en la entrevista. La participación se extiende a la audiencia de la emisión en directo, que sigue dejando comentarios e impresiones en el chat de la plataforma. Semanalmente, se emitía en Globoplay un montaje de 30 minutos con los mejores momentos de los directos y es este montaje el que constituye el repositorio del programa en la plataforma.

En una entrevista concedida a la Revista Men's Health Brasil (2021), Sterblitch argumenta que la diferencia de «#NTEMUMTALKSHOW» está en esta asunción de un lenguaje más cercano de internet, de la cultura del meme y de las reacciones rápidas inherentes al medio, y que la grabación del programa le parece divertida porque «no tiene la responsabilidad de la televisión». Pero, ¿de qué responsabilidad estamos hablando? El paralelismo que podemos establecer se refiere a la rigidez de ocupar una franja horaria fija, a la presión por el éxito comercial del programa – «#NTEMUMTALKSHOW» no tenía anunciantes pero emitía breves sketches cómicos con marcas ficticias en un esfuerzo por mantener viva la presencia de la pausa publicitaria, una arraigada convención de la televisión analógica – o incluso al hecho de que el programa se produjera a distancia, directamente desde las casas de los directores, los entrevistados y la audiencia. Aún negando su responsabilidad y el hecho de estar produciendo contenidos televisivos, el actor afirma que «no somos un talk show, no tenemos un programa, esto nos convierte en Internet (...) el programa se hizo para Internet».

De este modo, el presentador pone en tensión ciertos significados de la televisión: la rigidez de la parrilla, el alejamiento del público, los géneros fijos. Es curioso observar, sin embargo, que la recusa de lo televisivo deja clara su condición de referencia, de parámetro. Como obra de teatro, el referente principal de la propuesta era el género televisivo dominado por los cómicos; como producto audiovisual, es de nuevo la televisión la que marca el límite de la experimentación deseada. La interactividad allí creada refuerza esta matriz: lo que se imaginaba para el futuro interactivo de la televisión, de alguna manera, es lo que impulsa el programa.

Reconocemos que las experimentaciones puestas en práctica por la emisión aquí analizada no constituyen la experiencia televisiva mayoritaria. Por el contrario, vemos que en los formatos más consolidados, como las telenovelas y los informativos, la introducción de aspectos de interactividad y participación de la audiencia en la forma final de los programas se hace de forma lenta y gradual, y está sujeta al control de los agentes de producción ya establecidos: autores, directores, editores. #NTEMUMTALKSHOW dialoga con un sentido de la televisión que, como hemos dicho, apunta al futuro precisamente porque articula prácticas identificadas con nuevas formas de configurar lo audiovisual y con una sensibilidad contemporánea de las prácticas comunicativas establecidas en red. Como sostiene Gutmann

(2021, p. 67) «La red es el tejido social de nuestra experiencia comunicativa, que se produce de forma generalizada y multicéntrica, a través de la cual se constituyen narrativas diversas y a menudo divergentes.».

Podemos ver que la experiencia de interactividad en «#NTEMUMTALKSHOW» se construye sobre diferentes comportamientos que se entrecruzan y dictan el ritmo del programa. Interacción directa a través de chats y comentarios, participación en vídeo en las redes sociales, audiencia virtual y participación en vídeo en la retransmisión oficial en directo del programa. Entrevistados famosos y anónimos comparten el papel de interactores: en las conversaciones y en la realización televisiva, responden a las preguntas de Sterblitch, manejan sus cámaras, se dirigen a sí mismos y organizan su escenografía. Toda esta dinámica de participación constituye no sólo la lógica de la emisión en directo, sino también la del propio programa montado, disponible en Globoplay: las interacciones se insertan en el montaje final y ayudan a coser el progreso del programa.

### 5. La televisión no tiene futuro: el futuro (o consideraciones no finales)

Si observamos las predicciones sobre el futuro de la televisión desde principios de la década de 2000, vemos que productores, académicos y críticos fabularon una serie de transformaciones que, aunque anunciadas como el «futuro», han dado forma a las prácticas y han aconsejado decisiones técnicas, lingüísticas y políticas. En debate sobre la digitalización de la televisión, cuestiones como la interactividad, los contenidos bajo demanda, la fragmentación de la audiencia y la convergencia alimentaron percepciones alarmistas y reformistas de lo que se entendía por televisión.

En este texto, observamos cómo se articulan los discursos sobre este futuro a partir de las declaraciones de los productores que componen la serie de vídeos «Sonhar TV»; la bibliografía sobre el medio; las prácticas discursivas de los críticos de televisión; y las estrategias presentes en el programa «Sterblitch não tem um talk show: o talk show». Este diseño metodológico fue el resultado de una investigación exploratoria que reveló la «interactividad» como principal característica asociada al futuro de la televisión a principios de la década de 2000 y elemento articulador de su historicidad.

El marco teórico aquí utilizado permite observar un núcleo común de cuestiones organizadas en torno a la noción de interactividad, como la relación con las tecnologías disponibles y las disputas en torno de la televisión digital e Internet; la comprensión del papel del espectador/receptor/interagente; las formas de interacción y sus implicaciones para la producción de contenidos televisivos; y el uso de dispositivos periféricos, como el control remoto y el videocasete, como capaces de dotar a la televisión de funciones y capacidades interactivas, como el zapping o formas preliminares de construcción de la autoprogramación.

Siempre impulsados por la marca de la innovación, una serie de programas reconocidos como interactivos – como «Você Decide» o el juego «Hugo» – apelan a la novedad, al futuro y a la interactividad como valor, aunque formen parte del presente en el que fueron generados y emitidos. Se observa, pues, que la experimentación se identifica con la transformación, con lo que viene después de lo que ya conocemos, aunque resulte curioso darse cuenta de la prevalencia de una cultura televisiva dominante y convencional.

En este sentido, al traer el programa «Sterblitch não tem um talk show: o talk show», nuestro objetivo fue observar las prácticas interactivas actuales y su diálogo con los deseos

y proyecciones sobre el futuro de la televisión en un pasado reciente. Argumentamos que al apropiarse de una noción en red de la televisión y del audiovisual, convocando a la audiencia y a los invitados a construir la producción del programa, utilizando para ello las redes sociales, #NTEMUMTALKSHOW se configura como una forma mestiza de comunicación, diluyendo las fronteras entre medios, apuntando al futuro que articula, en el presente, prácticas identificadas con nuevas formas de configurar el audiovisual y con una sensibilidad contemporánea de comunicación en red. Sin embargo, contradictoriamente a lo que encontramos en las críticas y discursos de los productores de «Sonhar TV», el presentador niega la televisión, atribuyendo la interactividad a una marca digital y de internet, casi limitando la definición de televisión en su versión más convencional.

Todavía, el ejercicio y la mirada sobre las múltiples textualidades que imaginan un futuro para la televisión nos muestra que el futuro está siendo disputado, pone en contacto diferentes discursos y definiciones y nos muestra que la televisión está en permanente construcción. Como nos dice Bruno Leal (2020, p. 109),

Al tener expectativas, imágenes del futuro, proyectamos mundos probables, mundos posibles, mundos deseados, mundos temidos, mundos felices o tristes. Ciertamente, esta imaginación no se produce en el vacío, no es absolutamente libre, pero se hace con los materiales que nos proporcionan las tradiciones, los recuerdos, los repertorios, los valores y los afectos.

Así que seguimos imaginando.

## Referências

Andrelo, R. (2006). A televisão e a prática do zapping: interatividade com a audiência. *Comunicação & Educação*, 11 (1), 26-31.

Becker, V. (2007). Convergência tecnológica e a interatividade da televisão. *Comunicação & Sociedade*, 29(48), 63-82.

Brittos, V. C., & Rosa, A. M. O. (2009). Interatividade e potencialidade: do computador à TV digital. *Intexto*, (20), 48-67.

Gutmann, J. F. (2021). *Audiovisual em rede: derivas conceituais*. Belo Horizonte, MG: Fafich/Selo PPGCOM/UFMG.

Jimenez, K. (2011, 20 de maio). Futuro. *Folha de S. Paulo*. Recuperado de <https://bit.ly/3V2TQkj>

Jimenez, K. (2013, 05 de fevereiro). Globo busca mais interação do público em suas novelas. *Folha de S. Paulo*. Recuperado de <https://bit.ly/4aBZAHy>

Kogut, P., & Millen, M. (2017). *101 Atrações que sintonizaram o Brasil*. Rio de Janeiro: Estação Brasil.

Kogut, P. (2014, 08 de fevereiro). "Superstar" estreia abrindo os caminhos da TV participativa. *O Globo*. Recuperado de <https://bit.ly/3VixwnZ>

Leal, B. (2020). Futuros em disputa, hoje. In D. Prado, F. Tavares, & M. Tavares (Orgs.), *Mídia, tempo e interações sociais: conceitos em circulação* (pp. 99-114). Belo Horizonte, MG: Selo PPGCOM.

Leal, S. (2019). Controvérsias na padronização do middleware de interatividade da TV digital brasileira: democracia técnica à prova do dispositivo de normatização da inovação

Ginga. *Sociedade e Estado*, 34(1), 49–83.

Lemos, A. (1997). *Anjos interativos e retribalização do mundo. Sobre interatividade e interfaces digitais*. Recuperado de <https://bit.ly/4bBqSiB>

Martín-Barbero, J. (2009, setembro). As formas mestiças da mídia. Entrevista à revista Fapesp. *Revista Fapesp*, 163 ed. Recuperado de <https://bit.ly/4bMkwMW>

Revista Men's Health Brasil. (2021, 21 de dezembro). Capa: Eduardo Sterblitch - Bom humor para encarar 2021. *Mensch*. Recuperado de <https://bit.ly/3yBxYVI>

Mielniczuk, L. (2005). Considerações sobre interatividade no contexto das novas mídias. In A. Lemos & M. Palacios (Eds.), *Janelas do ciberespaço: comunicação e cibercultura* (Vol. 2, pp. 173-186).

Miller, G. (2008, 07 de julho). Olivier estreia ao vivo. *Estado de S. Paulo*. Recuperado de <https://bit.ly/44XC1Yv>

Montez, C., & Becker, V. (2005). *TV Digital Interativa: conceitos, desafios e perspectivas para o Brasil* (2ª ed.). Florianópolis: Ed. da UFSC.

Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto Br. (2021). *TIC DOMICÍLIOS Pesquisa sobre o Uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nos Domicílios Brasileiros*. Comitê Gestor da Internet no Brasil.

Rocha, C. (2012, 20 de fevereiro). Ver TV não é mais atividade passiva. *Estado de S. Paulo*. Recuperado de <https://bit.ly/4bDIbj4>

Sonhar TV. (n.d.). Vídeos [canal do YouTube]. YouTube. Recuperado em 16 de março de 2023, de <https://bit.ly/3X75Q6K>

Temer, A. C., & Tondato, M. (2006). Interatividade na televisão: a globalização pelos gêneros. *Communicare*, 6(2), 83-96.

Williams, R. (2016). *Televisão: tecnologia e forma cultural*. São Paulo: Boitempo Editorial; Belo Horizonte: PUC Minas.