
O FORMATO ENTREVISTA NO AMBIENTE DIGITAL: UM ESTUDO DO PROGRAMA DE FRENTE COM BLOGUEIRINHA¹

Valquíria Aparecida Passos KNEIPP²
Carlos Henrique Andrade SATURNINO³
Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN
Universidade Federal do Ceará, CE

RESUMO

No contexto da produção audiovisual contemporânea, algumas mudanças de formato, técnica, linguagem e compartilhamento de programas de entrevista ocorreram nos últimos 20 anos, desde o início do processo de digitalização da TV, até o avançado processo de midiatização da sociedade (Harvard 2012 e 2014). A pesquisa visou analisar as mudanças ocorridas, assim como as inovações, no formato, tomando como objeto de estudo o programa De Frente com Blogueirinha, um programa de entrevistas da rede de televisão digital Dia TV. O instrumental contou com observação e análise virtual. Foi possível considerar que o programa exemplifica um novo formato de *talk show* cômico.

PALAVRAS-CHAVE: entrevista; midiatização; De Frente com Bloqueirinha; entretenimento.

INTRODUÇÃO

Nos últimos 20 anos, a produção audiovisual passou por significativas transformações, influenciadas pela digitalização da TV e pela crescente midiatização da sociedade. Nesse contexto, programas de entrevistas também mudaram, adaptando-se às novas tecnologias e demandas do público. Com esta pesquisa buscou-se responder a problemática do como se caracterizam os novos programas de entrevista no contexto da midiatização e da convergência. A hipótese é que pode existir uma hibridação tanto em termos de gênero como de formato nas novas propostas de programas de entrevista como o De frente com Blogueirinha.

Este estudo embasado nas obras sobre midiatização da sociedade (Hjarvard 2012, 2014) e em Medina (1986), sobre entrevista e em Marques de Melo e Assis (2010) sobre os gêneros jornalísticos, teve como objetivo identificar, analisar as mudanças e inovações no formato de programas de entrevistas. O objeto empírico da pesquisa foi o programa

¹ Trabalho apresentado no GP Gêneros Jornalísticos, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professora de graduação e pós-graduação na Universidade Federal do Rio Grande do Norte e Universidade Federal do Ceará. E-mail: valquiria.kneipp@ufrn.br.

³ Bolsista de Iniciação Científica, graduando de Jornalismo na Universidade Federal do Rio Grande do Norte. E-mail: carlossaturnino08@gmail.com.

De Frente com Blogueirinha, da rede de televisão digital Dia TV transmitido e armazenado no *YouTube*. O programa é apresentado por Bruno Matos, intérprete da personagem Blogueirinha. A estética e a disposição dos elementos cênicos foram inspiradas no programa televisivo De Frente com Gabi, apresentado pela jornalista Marília Gabriela entre 1998 e 2015, exibido em TV aberta no SBT, constatado após observação e comparação entre as duas produções. Assim como qualquer programa televisivo, o De Frente com Blogueirinha tem como principal temática a entrevista com diferentes personalidades em destaque na mídia brasileira, mas a transmissão e armazenamento é feita em um canal no *YouTube*. De acordo com informações obtidas no site Dia TV, o programa se diferencia do anterior principalmente pela linguagem, formato de exibição, forma de distribuição e intenção⁴. O programa pesquisado apresenta um tom cômico e satírico, sendo seu principal alvo o entrevistado presente em cada exemplar. Se diferencia dos tradicionais programas de entrevista por sua linguagem cômica e anedótica, que se adapta facilmente ao público conectado ao digital, promove e incentiva, desta forma, interação com o público - uma característica da atração é que utiliza as redes sociais digitais para realizar enquetes, perguntas e comentários com os espectadores. Está presente nas redes sociais digitais como *Twitter*⁵ - com 344,9 mil seguidores, no *Instagram*⁶ - com 4,2 milhões de seguidores, *TikTok*, com 2,5 milhões seguidores e *Facebook* com 690 mil seguidores. O canal de transmissão do programa é toda segunda-feira pelo *YouTube*, que tem um perfil com 32 vídeos (no momento da pesquisa), com 234.814 visualizações da segunda temporada.

FUNDAMENTOS DO GÊNERO INFORMATIVO E DO FORMATO ENTREVISTA

Os programas de entrevista são sempre uma possibilidade de produção de programas audiovisuais de baixo custo. No caso do objeto empírico deste estudo, duas características se destacam na linguagem cômica e anedótica. O formato dialoga com o que Medina (1986, p. 14) classificou como entrevista anedótica:

a maior parte sem dúvida, das entrevistas de vedetes são conversações frívolas, ineptas, complacentes, onde o entrevistador busca a anedota

⁴ Disponível em: <https://diaestudio.com/programa/de-frente-com-blogueirinha>

⁵ Disponível em: <https://x.com/iBlogueirinha>

⁶ Disponível em: <https://www.instagram.com/blogueirinha/?hl=pt-br>

picante, faz perguntas tolas sobre as fofocas e projetos, onde o entrevistador e o entrevistado permanecem deliberadamente fora de tudo que possa comprometer. Essa entrevista se situa no nível dos mexericos.

Outra possibilidade apontada pela autora como ideal para se realizar uma entrevista é a entrevista diálogo, para ela: “é mais que uma conversação mundana. É uma busca incomum. O entrevistador e o entrevistado colaboram no sentido e trazer à tona uma verdade que pode dizer respeito à pessoa do entrevistado ou um problema” (Medina, 1986, p. 15), abrindo, porém, um campo de possibilidades de classificação, por se tratar de um misto de programa de entrevista e *talk show* exibido de forma integral na plataforma digital, colocando o espectador presente no diálogo em tempo real, e trazendo inovações no formato de exibição e distribuição. O programa De gente com Blogueirinha possui elementos de um novo tipo de formato, específico do campo digital, que mistura informação, entretenimento, comicidade e anédota.

Desde o início da digitalização da TV, houve mudanças na forma como os programas são produzidos, distribuídos e consumidos. A transição do analógico para o digital permitiu uma maior qualidade de imagem e som. Paralelamente, a midiaticização da sociedade (Hjvard, 2014), impulsionada pela convergência (Jenkins, 2009), pela popularização da internet e das redes sociais digitais, gerou uma maior interação entre os meios de comunicação e o público, influenciando diretamente a produção e o compartilhamento de conteúdo que antes era só televisivo e agora está também na internet. Neste novo cenário, estão presentes também inovações técnicas, como o uso de multicâmeras e cenários virtuais, que criam uma experiência imersiva para o espectador.

O formato entrevista, de acordo com a proposta classificatória de Marques de Melo (1992), dentro da teoria dos gêneros jornalísticos, que apresenta quatro possibilidades – informativo, opinativo, utilitário e diversional se enquadra dentro do gênero informativo. De acordo com ele entrevista se caracteriza como,

relato que privilegia a versão de um ou mais protagonistas dos acontecimentos. Não se confunde com técnica de ‘apuração dos fatos’. Configura uma espécie de relato da alteridade, dando ‘voz’ aos ‘agentes’ da cena jornalística. O repórter assume a função de ‘mediador’, assumindo o papel de ‘intérprete’ do receptor” (Costa, 2010, p. 55 *apud* Marques de Melo).

A pesquisa identificou quatro categorias de programas de entrevista de acordo com a sua forma de exibição ou publicar na rede. As categorias propostas são: TV Aberta,

TV a Cabo, TV na Internet, e híbrido (Aberta e Cabo), sendo o objeto de pesquisa deste artigo especificamente, uma atração internética, conforme Quadro 1 abaixo.

Quadro 1 – categorias identificadas pela pesquisa

Categoria	Descrição
TV Aberta	O diálogo roteirizado é a principal característica dos programas desta categoria. Possuem fortes semelhanças de formato na condução do diálogo na entrevista, divisão de blocos por temáticas, inserção de propagandas publicitárias e o <i>talk show</i> é o formato predominante. Os programas analisados nesta categoria foram: Provoca, TV Cultura; Conversa Com Bial, Globo; Roda Viva, TV Cultura; The Noite, SBT.
TV a cabo	Os programas de entrevista na TV a cabo costumam variar de temática com maior ocorrência do que nos outros formatos, sendo menos frequente encontrar um padrão do tipo de entrevista ocorrido em cada programa. Está presente nele a entrevista diálogo, a confissão, o debate em grupo, a linguagem cômica e satírica; o formato varia de acordo com o público-alvo do programa. Por ser um programa exibido em uma plataforma de TV paga, o formato é construído baseado na persona de sua audiência, sendo fiel a uma temática específica e possuindo menos similaridade de formato do que os programas analisados em outras categorias. Os programas analisados nesta categoria foram: Saia Justa, GNT; Papo de Segunda, GNT; Assim Como A Gente, GNT; CNN Prime Time, CNN.
TV na Internet	Os programas deste formato costumam deter menos fidelidade a roteiros; há maior inserção de conteúdo publicitário, em meio a elementos cênicos do programa. Uma característica forte deste formato é a interação do apresentador e do entrevistado com a audiência por meio de plataformas digitais (redes sociais ou caixas de mensagens por aplicativo); também é marcante a presença da linguagem anedótica e cômica, mesmo nos programas em que essa não é a intenção principal. Os programas analisados nesta categoria foram: Pod Pah, <i>YouTube</i> ; Tête a Theo, <i>YouTube</i> ; De Frente com Blogueirinha, Dia TV; Reconversa, <i>YouTube</i> ; Inteligência LTDA, <i>YouTube</i> .
Híbrido	Nesta categoria, assim como no formato de programas para a TV a cabo, as semelhanças de formato entre as atrações são menos frequentes. Uma observação feita foi que é recorrente que as atrações sejam exibidas primeiro no formato a cabo para depois serem disponibilizadas na TV aberta ou internet. Foram encontrados nesta categoria programas do formato entrevista anedótica, <i>talk show</i> , diálogo, confissão e debate. Os programas analisados nesta categoria foram: Que História É Essa, Porchat?, GNT; Lady Night, Multishow; Canal Livre, BAND.

Elaborado pela autora

CARCTARÍSTICAS DO DE FRENTE COM BLOGUEIRINHA

O instrumental metodológico contou inicialmente com a pesquisa bibliográfica e documental e videográfica, que esteve presente em todas as etapas da pesquisa. Para

aprofundar a busca por informações também foi utilizado o site do programa, artigos científicos e material publicado na imprensa brasileira sobre o respectivo programa. Para a análise selecionou-se um exemplar da segunda temporada (anexo I), sendo que o critério de seleção do programa se baseia na audiência. Desta forma, o programa analisado para este artigo foi o de número 27, com a cantora Anitta, que teve 4,5 milhões de visualizações. “O processo de seleção não é simples, o que deixar fora é tão importante quanto o que vai se incluir, e irá afetar o restante da análise” (Rose, 2014, p. 345).

Houve um período de observação via internet para construir o quadro com a segunda temporada, a partir da proposta de semana construída de Kayser (1982) e por Riffe, Lacy e Fico (2014) sobre a elaboração da semana construída, se fazem presentes nesta pesquisa. Sendo que como a transmissão e postagem do programa são semanais, sempre nas segundas-feiras, adaptou-se para uma periodicidade mensal construída.

Dentro da segunda temporada foram transmitidos e publicados 31 programas, sendo 29 com entrevistas e dois programas especiais, sendo um Especial final *Drag Race* Brasil e outro com os Melhores momentos da primeira temporada. Os vídeos disponíveis no canal têm pouco mais de um ano, conforme quadro 1 no anexo I, com a segunda temporada. De acordo com site de entretenimento Alta Definição, a última temporada alcançou mais de 42 milhões de visualizações e 425 milhões de impressões no *YouTube*, se contabilizar as redes sociais digitais, os trechos dos episódios ultrapassaram 1 bilhão de visualizações. “O programa mantém sua essência com humor ácido e perguntas diretas da apresentadora”.⁷

No programa selecionado partimos para uma análise do entrevistador, de acordo com a proposta de Yorque (1998, p. 148) sobre a capacidade de conduzir uma entrevista ao vivo ser testada ao máximo pela necessidade de: “fazer fluir a entrevista, extrair o melhor que puder do entrevistado como dever diante do público, evitar erros gramaticais ou editoriais que possam ser corrigidos, cobrir todo o assunto antes do tempo esgotar-se”.

A apresentadora Blogueirinha interpretada pelo ator Bruno Motos desenvolve a entrevista de maneira sempre inesperada, pois nunca se sabe se quer constranger o entrevistado ou está mal-informada sobre o assunto tratado, mas o resultado é causar o riso e divertir o espectador. Vez por outra, quando conhece o entrevistado, como no caso

⁷ Disponível em: https://portalaltadefinicao.com/de-frente-com-blogueirinha-inicia-nova-temporada-com-patrocios-de-peso/?feed_id=26203&unique_id=6670bbf7b0da3&fbclid=IwZXh0bgNhZW0CMTEAAR3CZx4ggvAvQtnSkPYMWoBVjU2wM08QpDel5pEwHWnuGrshAugwuFAB63I_aem_rmKekrRvTqXh-rWpXli6ug.

da Anitta, consegue excluir o público, quando fala de assuntos íntimos que a maioria do público não sabe, como quando falou da gravação do clipe da cantora, do qual a apresentadora apesar de ter sido convidada não compareceu. Outro fato foi o momento em que a entrevistada trouxe uma pedra para a entrevistadora e ela devolveu e rispidamente disse que não quer aquilo. Mas tudo não passa de um jogo cênico para divertir o espectador, pois em outro momento a apresentadora pega as pedras e trás para perto de si, sem nenhum constrangimento. Apesar de ter as tradicionais fichas com dados e perguntas em mãos, as vezes a apresentadora se confunde e insiste em questões que a entrevistada não tem como responder, mas isso também pode ser uma estratégia para entreter o espectador. Alguns destaques que fazem o diferencial da apresentadora é a forma descontraída e engraçada de conduzir a entrevistas, com gargalhadas e a inclusão de fofocas e questões íntimas que só as pessoas que circulam na internet, como artistas e influencers sabem. Tentativas de ler teleprompter e erros sucessivos também fazem parte da improvisação de realizar um programa de entrevista ao vivo pela internet.

O cenário do programa é virtual, com telões dos lados direito e esquerdo exibindo configurações geométricas em movimento e no fundo uma tela, com nome do programa. A organização cênica é arranjada de modo que fiquem mais ou menos um (entrevistado) de frente para o outro (entrevistador), seguindo o padrão proposto por Yorque (1998), sendo que, como são cinco câmeras que se revezam na captação e corte das imagens, proporcionam um ritmo mais rápido. Desta forma foge do padrão tradicional proposto por Yorque (1998, p. 149), onde, “a câmera 1 apontada para o entrevistador, a câmera 2 apontada para você e a câmera 3 para ambos os participantes”.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa com essa análise inicial de um exemplar identificou, que a produção audiovisual, especialmente no formato de programas de entrevistas, passou por transformações nas últimas décadas, impulsionadas pela digitalização da TV e pela crescente midiatização da sociedade. O estudo de caso do programa De Frente com Blogueirinha evidencia como a adaptação às novas tecnologias e demandas do público tem sido fundamental para a mudança desse formato televisivo. Ao se inspirar em formatos tradicionais, como o programa De Frente com Gabi, e ao incorporar elementos cômicos e interativos, o programa investigado se apresenta como um exemplo de

inovação no formato de entrevistas transmitido pela internet. A linguagem dinâmica e moderna do programa, aliada à sua interação com o público por meio das redes sociais, demonstra uma clara intenção de se conectar com uma audiência cada vez mais digitalizada e exigente. Além disso, a utilização de elementos técnicos inovadores, como a transmissão integral na plataforma digital e o uso de cenários virtuais, identificou o programa De Frente com Blogueirinha como uma nova proposta do formato de entrevista, que mistura o ideal e o anedótico propostos por Medina (1989). Portanto, a pesquisa reforça a importância de se compreender as mudanças e inovações nos programas de entrevistas como reflexo das transformações mais amplas na produção audiovisual e na sociedade como um todo, como na teoria dos gêneros de Marques de Melo (1992) ao combinar jornalismo informativo, opinativo, interpretativo (enquete) e diversional. O estudo contribui para a análise crítica desses fenômenos, fornecendo contribuições para profissionais e pesquisadores interessados no campo da comunicação e da produção televisiva no campo digital, com a identificação de um mix de programa de entrevista com *talk show* cômico, com o foco em pessoas do mundo virtual e celebridades da música e da cultura brasileira. Diferente do programa no qual foi inspirado (De frente com Gabi), que se tratava de um programa efetivamente informativo, com os mais variados tipos de entrevistados.

REFERÊNCIAS

DIA TV, **De Frente Com Blogueirinha**. Disponível em: <https://diaestudio.com/programas/>. Acesso em 01 jun. 2024.
HENKINS, Henry.

HJARVARD, Stig. **Da mediação à midiatização: a institucionalização das novas mídias**. Parágrafo, São Paulo. Acesso em 10 out. 2023.

HJARVARD, Stig. **The Mediatization of Culture and Society**. London & New York: Routledge, 2013. Tradução brasileira pela Editora da Unisinos, São Leopoldo, 2014. Acesso em 12 out. 2023.

KAYSER, Jacques. **El periódico, estudios de morfología, de metodología y prensa comparada**. 3. ed. Quito, Equador: Ciespal, 1966.

RIFFE, D.; LACY, S.; FICO, F. **Analyzing media messages: using quantitative content analysis in research**. Londres: Routledge, 2014.

ROSE, Diana. **Análise de imagens em movimento**. In: BAUER, Martin W; Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som. Petrópolis (RJ): Vozes, 2014. p. 345.

MEDINA, Cremilda. **Entrevista: o diálogo possível**. São Paulo: Atica, 1987.

MINTZ, André Goes. **Midiatização e plataformização: aproximações**. Revista Novos Olhares Vol.8 N.2, São Paulo. Acesso em 23 out. 2023.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

YORQUE, Ivor. **Jornalismo diante das câmeras**. São Paulo: Summus, 1998.

Anexo I – Programas disponível no canal do YouTube – 2ª temporada

Temporada/ episódio	Entrevistado (a)	Visualizações	Tempo
T2E1 – 31	Nicole Bahls	95 mil	1'46"
T2E2 – 30	Edu e Fih	63 mil	1'21"
T2E3 – 29	Leurisclélia	1,3 milhões	1'45"
T2E4 – 28	Mari Maria	2,2, milhões	1'21"
T2E5 - 27	Marina Sena	563 mil	1'17"
T2E6 – 26	Urias	1,6 mi	1'26"
T2E7 - 25	Valentina Bandeira	789 mi	1'30"
T2E8 - 24	Gkay	1,5 milhão	1'28"
T2E9 -23	Christian Figueredo	256 mil	1'17"
T2E10 - 22	Wanessa Wolf	1 milhão	1'42"
T2E11 -21	João Guilherme	793 mil	1'11"
T2E12 – 20	Pablo Vittar	1,8 milhão	1'40"
T2E13 - 19	Lia Clark	363 mil	1'22
T2E14- 18	Rebecca	286 mil	1'17"
T2E15 - 17	Patrícia Ramos	1,4 milhões	1,16
T2E16 - 16	Pedro Sampaio	584 mil	1'26"
T2E17 - 15	Elay Oliv	330 mil	57'
T2E18 - 14	Grag Queen	501 mil	1'01"
T2E19 - 13	Wanessa Camargo	644 mil	1'43"
T2E20 -12	Linn da Quebrada	418 mil	1'03"
T2E21 – 11	Gloria Groove	777 mil	1'31"
T2E22 – 10	Melhores momentos da primeira temporada	134 mil	1'22"
T2E23 -9	Juliano Floss	615 mil	1'40"
T2E24 – 8	Anitta	4,5 milhões	1'33"
T2E25 -7	Preta Gil	1,7 milhões	1'45"
T2E26 – 6	Gabriela Moraes	530 mil	1'37"
T2E27 – 5	Bruna Marquezine	4,3 milhões	1'30"
T2E28 – 4	MC Carol	547 mil	1'24"
T2E29 – 3	Especial final Drag Race Brasil	463 mil	1'52"
T2E30 – 2	Luísa Sonza	2, 5 mi	1'43"
T2E31 - 1	Bianca Andrade	944 mil	1'58"

Fonte: https://www.youtube.com/playlist?list=PL3EuUjqybV8gHFBYUknXd-N0w9MwFS_RZ