

FUTEBOL AO VIVO E TWITTER: Segunda tela e as relações entre televisão e rede social digital

Dario da Silva Leite¹

Resumo

A partir das experiências em Segunda Tela, este trabalho investiga as interações entre os espectadores/usuários e as emissoras de Televisão durante as transmissões ao vivo de futebol a partir da Rede Social Digital Twitter. Partiremos de uma análise da relação entre a televisão e público. Como os arranjos sintagmáticos que envolvem a grade de programação das emissoras moldam e são moldados pela cotidianidade do telespectador. Como o hábito de assistir à Televisão – como indica Yvanna Fachine – tem muito a ver com essa fruição que determina o nosso dia-a-dia. O tempo da TV e o tempo das pessoas são simultâneos. A transmissão direta da Televisão reforça esse tempo comum em que o acontecimento se dá ao mesmo tempo em que é transmitido, ao mesmo tempo em que é visto. Esse tempo comum dirige o nosso olhar a um conceito da semiologia – desenvolvido por Eric Landowski: o sentido estésico; um sentimento de participação no espetáculo em si e um pertencimento ao grupo de pessoas que em torno dele se reúnem. A TV, com seu discurso, constrói esse “lugar” comum da interação e o surgimento dos aplicativos e aparatos móveis – a partir da segunda tela – se agregam a esse processo, permitindo ao torcedor expressar também – em tempo real – seus sentimentos e opiniões. Nesse ponto, Lucia Santaella e Renata Lemos levantam algumas características que transformam o Twitter em arena preferida para as interações em segunda tela durante os jogos de futebol. A sintaxe de 280 caracteres namora com o tipo de interação apaixonada que os torcedores costumam fazer na rede. A formação de laços sociais não é baseada apenas ou de forma mais relevante em vínculos pré-existentes, mas sim na penetração individual em fluxos de ideais, ideias compartilhadas em tempo real, em movimento contínuo. Na hipótese defendida aqui, a sintaxe reduzida e a velocidade de formação e encerramento de laços sociais se assemelham muito à experiência vivida pelo torcedor num estádio de futebol. Nesse universo de interações e vínculos emocionais, a pesquisa pretende ainda – a partir das classificações apresentadas por Raquel Recuero – demonstrar como essas relações se estabelecem. Conceitos como cooperação, competição e conflito, além de questões como reputação e autoridade. A criação de personas pelos atores, as relações entre expert e fã nem sempre respeitam a autoridade nascida fora da timeline. O **trabalho** vai se basear em recursos bibliográficos, estatísticos e na observação do fenômeno.

¹ Mestrando do curso Comunicação na Contemporaneidade da Faculdade Cásper Líbero. Email: dasleite@hotmail.com

13^o inter programas

cásp^{er} pesquisa

Palavras-chave: Futebol. Televisão. Twitter. Segunda-tela. Interação.