

# CULTURA DA MÍDIA: OS ESPECTADORES E INTERNAUTAS DO PROGRAMA “ESQUENTA”

*MEDIA CULTURE: THE VIEWERS AND INTERNET USERS OF “ESQUENTA”*

*CULTURA DE LA MIDIA: LOS ESPECTADORES E INTERNAUTAS DEL PROGRAMA “ESQUENTA”*

**Rafaella Prata Rabello**  
Mestranda, UFJF  
rafaella\_prata@hotmail.com

**Christina Ferraz Musse**  
Dra, UFJF  
musse@terra.com.br

**Resumo:** Neste artigo tratamos de uma atração dominical da mídia que caiu no gosto popular dos brasileiros. O “Esquenta” é um programa do gênero entretenimento, que vai ao ar aos domingos, na Rede Globo de Televisão, com duração de 60 minutos, e apresenta grande audiência, levando o espectador da TV a se tornar um internauta graças à farta postagem de conteúdo sobre o programa em redes sociais bastante utilizadas na atualidade. O programa é rico em mediações culturais, que, neste artigo, serão analisadas sob as referências dos autores: Nestór Canclini, Douglas Kellner e Jesús Martín-Barbero. Utilizamos a Análise de Conteúdo (AC), proposta por Laurence Bardin, como metodologia para interpretação das mensagens divulgadas pela equipe do “Esquenta”.

**Palavras-chave:** Mediações. Espectador. Internauta.

**Abstract:** *In this article, we are going to discuss a Sunday TV show of media culture that is a hit among Brazilians. “Esquenta” is an entertainment program, which is aired every Sunday for sixty minutes on Globo Network. With great audience, it turns the viewers into internet users due to its enormous amount of content postings within social networks widely spread nowadays. The program is rich in cultural mediations, which are going to be analyzed here according to the authors: Nestór Canclini, Douglas Kellner and Martín Barbero. We are also going to employ Content Analysis (CA), proposed by Laurence Bardin, as the methodology to interpret the messages released by the “Esquenta” staff.*

**Keywords:** *Mediation. Viewer. Internet user.*

**Resumen:** *En este artículo tratamos de una atracción dominical de la media que cayó en el gusto popular de los brasileños. “Esquenta” es un programa del género entretenimiento, que sale en la tele a los domingos, en la Red Globo de Televisión, con tiempo estimado de 60 minutos, y presenta gran audiencia, llevando al espectador de la TV a tornarse un internauta gracias a la gran publicidad de contenidos acerca del programa en redes sociales muy utilizadas en la actualidad. El programa es rico en mediaciones culturales, que, en este artículo, serán analizadas bajo las referencias de los autores: Nestór Canclini, Douglas Kellner y Jesús Martín-Barbero. Utilizamos el Análisis del Contenido (AC), propuesta por Laurence Bardin, como metodología para interpretación de los mensajes divulgados por el equipo de “Esquenta”.*

**Palabras clave:** *Mediaciones. Espectador. Internauta.*



Esta obra está licenciada sob uma Licença Creative Commons

**ANIMUS**

Revista Interamericana de Comunicação Midiática  
E-ISSN 2175-4977 | v.13 n.26 | 2014 | www.ufsm.br/animus



## 1 INTRODUÇÃO

É perceptível que na maioria dos lares brasileiros existe um aparelho de televisão. Entre a grande variedade de programas da TV aberta, podemos observar que a indústria cultural cria produtos específicos que reproduzem os discursos sociais de uma época. No Brasil, dados da pesquisa do Target Group Index<sup>1</sup> revelam que a TV aberta tem penetração de 97%, o que representa aproximadamente 28 milhões de domicílios.

Ao refletirmos sobre essa quantidade significativa de audiência latente podemos compreender a atuação da cultura da imagem como fonte de uma pedagogia cultural na criação ou manutenção de identidades. Neste artigo, utilizaremos como exemplo de sucesso com o público desde 2011, o “Esquenta”, programa dominical da televisão brasileira, veiculado na Rede Globo, comandado por Regina Casé. Logo na estreia, o programa marcou 17 pontos de audiência<sup>2</sup>.

A direção de núcleo da atração é de Guel Arraes e a supervisão do programa é do quarteto formado por Estevão Ciavatta, Leonardo Netto, Monica Almeida e Mário Meirelles. Já o roteiro é finalizado por Fábio Porchat, Alberto Renault e Hermano Vianna. A proposta é a de reunir uma turma variada para dançar, cantar, conversar, como numa verdadeira festa, instigando no público a expectativa de um encontro real.

Os episódios do “Esquenta” contam com a participação fixa dos músicos Arlindo Cruz e Leandro Sapucahy, que animam a festa e acompanham os convidados improvisando com as atrações musicais. Um quadro de humor também é fixo no roteiro, garantindo que a apresentadora receba sempre comediantes em performances quase improvisadas, ao vivo, no palco. O cenário e a plateia, idealizados por Gringo Cardia, podem ser vistos de diferentes ângulos, compostos por figuras geométricas em cores vivas, dividindo o estúdio com uma arquibancada em forma de arena para 400 pessoas. Rampas e palcos em diversos níveis facilitam a interação entre Regina Casé e seus convidados.

Neste artigo, utilizamos a contribuição do livro “Leitores, espectadores e internautas” de Néstor Canclini (2008) para entendermos como as leituras em diferentes meios (TV e internet) têm sido realizadas no contexto contemporâneo em relação ao nosso objeto de estudo – o programa “Esquenta”. A “cultura da mídia” defendida por Douglas Kellner (2001) trata do surgimento de programas nesse formato pelo desejo da mídia de colonizar a cultura,

---

<sup>1</sup> Disponível em: <http://www.mediabook.ibope.com/> Acesso em: 12 de jan de 2013.

<sup>2</sup> Disponível em: <http://televisao.uol.com.br/ultimas-noticias/2011/01/03/estreia-do-esquenta-marca-17-pontos-de-audiencia-na-globo.jhtm> . Acesso em: 12 de jan de 2013.

constituindo-se como o principal veículo de distribuição e disseminação da mesma. Vale esclarecer que a concepção da teoria social será multiperspectívica, pois entendemos que mesmo a produção de significados alternativos e a resistência aos “significados preferidos” podem funcionar na “cultura da mídia” como um modo de cooptar os indivíduos para a sociedade estabelecida.

Escolhemos como metodologia a Análise de Conteúdo (AC), que, para Laurence Bardin (2009), possui técnicas que implicam um trabalho exaustivo, com divisões, cálculos e aperfeiçoamentos incessantes da matéria prima a ser pesquisada. A AC tem como ponto de partida a mensagem, seja ela verbal (oral ou escrita), gestual, silenciosa, figurativa, documental ou diretamente provocada. Geralmente é aplicada numa grande quantidade de material organizado de maneira lógica e objetiva, possibilitando assim a utilização de várias ferramentas metodológicas.

## **2 ESPECTADORES E INTERNAUTAS NA CULTURA DA MÍDIA**

Os meios de comunicação de massa, segundo Kellner (2001), suplantaram os modos anteriores de cultura. A mídia passa a dominar o lazer e a cultura na sociedade contemporânea. Pretendemos situar o programa “Esquenta” no contexto social brasileiro para tentar traçar as articulações pelas quais a sociedade produz cultura e o modo como a cultura, por sua vez, conforma a sociedade por meio de sua influência sobre indivíduos e grupos, criando verdadeiros mapas cognitivos para o público.

Entendemos que a ideologia do “Esquenta” reproduz no palco as condições reais de existência dos indivíduos – através do improviso, da descontração e da suavidade ao tratar de temas polêmicos – mas de forma mistificada na qual eles não conseguem reconhecer a natureza negativa e historicamente construída, portanto modificável, da sociedade, através de um espetáculo estético. Não é à toa que o programa prega a falta de preconceitos religiosos, étnicos, políticos em meio a conversas informais e superficiais em relação aos temas.

Esporadicamente aparecem representantes da política, como, por exemplo, no programa em que ficaram quatro minutos comentando a situação do Rio de Janeiro, depois das UPPs nas favelas<sup>3</sup>, em formato de reportagem. Mas também podemos fazer uma leitura crítica desse episódio sob a perspectiva de um jogo de forças políticas com posicionamento da

---

<sup>3</sup> Disponível em: <http://tv.globo.com/programas/esquenta/videos/t/programa/v/o-rio-depois-das-upps-policiais-comentam-o-dia-a-dia-nas-favelas/2356867/> Acesso em: 16 de mar de 2013.

Rede Globo, como comentado no blog do ex-governador do Rio de Janeiro, Anthony Garotinho<sup>4</sup>

Ontem o programa "Esquenta" apresentado por Regina Casé parecia um programa eleitoral do candidato Beltrame que carregou a mulher e posou de bom moço. Regina Casé só levantava a bola para Beltrame chutar para o gol e terminou o programa com um discurso de exaltação da "pacificação". Segundo ela aquele rap antigo que todo mundo conhece que diz "eu só quero é ser feliz e viver tranquilamente no lugar onde eu nasci" hoje virou uma realidade nas favelas com UPP. É uma felicidade só! Com certeza ela não acompanhou o noticiário da semana passada com tiroteios no Alemão e na Vila Cruzeiro, quatro moradores inocentes baleados, jornalistas expulsos da comunidade, lei do silêncio para os moradores.

E Beltrame não poupou a Polícia Militar. Obrigou uns 8 soldados das UPPs, com a farda da PM, diga-se de passagem, a dançar funk com as bailarinas do programa. Bem, se um PM postar um vídeo no YouTube dançando funk de farda todos sabem que será punido e preso administrativamente por desrespeito, mas para ajudar a sua campanha, Beltrame é que desrespeita mais uma vez a PM.

E vejam se eu não estava com a razão desde o início, há dois anos, quando venho batendo na tecla que Beltrame vai ser candidato. Por que Cabral não pediu à Globo para enaltecer Pezão e preferiu Beltrame? Por que será? (BLOG DO GAROTINHO, 2013, meio digital).

Deixamos claro que o texto do ex-governador possui interesses pessoais no campo político. Precisamos também levar em conta outro fator: a política de representação exercida pela mídia.

Ler cultura da mídia politicamente significa situá-la em sua conjuntura histórica e analisar o modo como seus códigos genéricos, a posição dos observadores, suas imagens dominantes, seus discursos e elementos estético-formais incorporam certas posições políticas e ideológicas e produzem efeitos políticos. As produções reproduzem as lutas sociais existentes em suas imagens, seus espetáculos e sua narrativa. O processo de "transcodificação" descreve como os discursos sociais são traduzidos em textos da mídia. Há uma luta entre representações que reproduzem as lutas sociais existentes e transcodificam os discursos políticos da época (KELLNER, 2001, p.76, 77).

As mediações que ocorrem entre comunicação, cultura e hegemonia devem levar em conta ainda, segundo Martín-Barbero (2003), a cotidianidade familiar, já que a TV busca audiência e reconhecimento, além de simulações do contato e retórica do direto. É como se o espectador estivesse no lugar de Regina Casé ao questionar sobre a ocupação das favelas. A sensibilidade da TV, para o autor, oferece acesso ao eixo do olhar. E, nesse ponto, temos a

---

<sup>4</sup> Disponível em: <http://www.blogdogarotinho.com.br/lartigo.aspx?id=12913> Acesso em: 16 de mar de 2013.

definição de espectador, que vai ao encontro do que o autor nos propõe: espectador aplica-se a quem assiste a um espetáculo público ou o “olha com atenção”, explica a Enciclopédia Salvat na edição de 2003.

Canclini (2008) reforça a mudança que vem acontecendo para o espectador no que diz respeito à instabilidade da distância do objeto – que pode ser a poltrona de casa – em relação aos atores sociais na tela da televisão – entendidos aqui como os participantes e a apresentadora do programa “Esquenta”: “Não estão fixos os atores na sociedade, nem as obras que apenas se contemplavam, nem a distância entre uns e outras” (CANCLINI, 2008, p.48).

Existem novos usos dos meios: o popular na constituição do massivo. A massa está erodindo a cultura e integrando um novo modo de “olhar”. Massa é o fenômeno social pelo qual os indivíduos “estão dotados de uma alma coletiva que lhes faz comportarem-se de maneira completamente distinta de como o faria cada indivíduo isoladamente” (MARTÍN-BARBERO, 2003, p. 60). Com isso, as inibições morais desaparecem e a afetividade e o instinto passam a dominar pela sugestão e o contágio. Os dois dispositivos de funcionamento são: o mito que as une e o líder que celebra os mitos. A massa é convertida em público e as crenças, em opinião.

A circulação possui grande importância no fenômeno de massa e enxergamos na tecnologia moderna a causa dessa cultura de massa na internet que favorece a cultura da mídia implementada na televisão. Ao fazer uso da internet de forma intensa, o programa é novamente perspicaz, já que, “ser internauta aumenta, para milhões de pessoas, a possibilidade de serem leitores e espectadores” (CANCLINI, 2008, p.54). A função da arte no “Esquenta” é a comoção para criação de mecanismos de identificação com que se busca controlar a massa. A tecnologia altera também a percepção ao abolir as separações e os privilégios. A cultura de massa se insere no cotidiano através da mediação entre a comunicação do real com o imaginário.

O "Esquenta!" tem uma enorme vantagem sobre a maioria de seus congêneres: não é ao vivo e nem finge que é. Os cortes são perceptíveis de uma atração para a outra, o que poupa o espectador das intermináveis despedidas em cena. O ritmo é ágil e o público parece realmente animado, sem estar obedecendo a avisos luminosos de "aplausos". Aliás, não é nítida a fronteira entre público e atrações. Claro que isto é proposital: temos a sensação de que, a qualquer momento, alguém vai se levantar da plateia e participar de algum número. O cenário também é um caos organizado, onde cabem mesas de boteco, garçons, barraca de feira livre, pipoqueiro e sabe-se lá mais o quê.

De fato, o que se vê no palco do "Esquenta!" é um Brasil que se assume suburbano, periférico, divertido, mas sem breguice ou preconceito. É um

Brasil idealizado, sem dúvida, e ainda distante do país real. Mas parece ao alcance da mão. (GOES, 2012, meio digital)<sup>5</sup>.

O programa seria uma espécie de praça pública, aberto à cotidianidade, com múltiplas identidades representadas como dissimulação da inversão de hierarquias – o popular é que constitui o “Esquenta”. Existe uma valorização da cultura popular com a mediação enquanto mistura de linguagens e religiosidades. Isso é feito quando um programa “estereotipa na adaptação de gostos e formatos, na repetição e nos modos de narrar o popular” (MARTÍN-BARBERO, 2003, p.158). No “Esquenta” mestiçagens e reapropriações na mediação dão lugar ao popular-urbano.

A moral do “Esquenta” se dá pelo reconhecimento da identidade a partir da “retórica do excesso”. Este conceito é atribuído a programas que: “exigem do público respostas em risadas, lágrimas, suores e temores. Contém uma vitória contra a repressão, contra uma determinada ‘economia’ da ordem, a da poupança e da retenção” (MARTÍN-BARBERO, 2003, p.178). É como se Regina Casé, conhecida pela afinidade com temáticas comuns à periferia, entrasse no sistema Globo de produção para contestá-lo por dentro: levando ao público uma salvação do popular em local capitalista.

## 2.1 Regina Casé: carisma e competência

Alô regina!  
É tão gente fina que sabe chegar  
Em qualquer esquina  
Lá na cobertura, na laje ela está  
É quem domina.  
Porque tem a sina de ser popular... alô  
Alôôô rainha  
Se vai ter churrasco, feijão, vatapá  
Vai pra cozinha.  
Tem coisa gostosa de todo lugar  
Traz a farinha!  
O camarão seco, o jambu e o fubá  
E faaaaaaz verão  
E hoje é domingo  
Dia que o povão... agita!  
Se liga, se encontra, faz conexão, twita  
Ou pra se dar bem,  
Ou pra botar alguém na fita.  
Bateria arrebenta, todo mundo comenta,  
Que feito pimenta, o programa domingo esquenta. (2x)

<sup>5</sup> Disponível em: <http://f5.folha.uol.com.br/colunistas/tonygoes/1060523-esquenta-de-regina-case-consegue-ser-popular-sem-ser-brega.shtml> Acesso em: 16 de mar de 2013.

Regina de janeiro, fevereiro e março... (2x)  
Alô, alô...  
(CRUZ, samba da Regina, meio digital)<sup>6</sup>

Como bem descrita na canção de Arlindo Cruz, Regina Casé, 54, representa as culturas híbridas de nosso país em sua forma de ser e de se portar diante do público: ela possui rica biografia<sup>7</sup> na carreira artística. Talvez, a herança de sucesso na mídia seja do avô, Ademar Casé, um dos pioneiros do rádio no Brasil. No próprio site<sup>8</sup> de Regina é disponibilizado um histórico da carreira da atriz e apresentadora. O programa é descrito dessa forma “Em 2011, apresenta ‘Esquenta’, que traz várias personalidades da música brasileira para o palco, em um estilo animado e despojado. Regina continua sua ligação com a periferia, trazendo atrações de estilos musicais como funk e pagode”. E a popularidade da carismática Regina Casé é reconhecida pela gama de comentários sobre ela nas redes sociais<sup>9</sup>

“Ela é a mistura do Brasil adorooooo!” M.S.  
“Não perco um domingo com a Regina! Adorooooo!!!! Acho ela uma pessoa simples e humana isso define muito bem o q ela é...Humildade em pessoooooa!!!” F.O.  
“Gostaria que a tarde fosse só de Esquenta. Ela sim está a altura de substituir o Cassino do Chacrinha.” M.S.  
(*fanpage* Regina Casé, 2013, meio digital).

Neste momento é pertinente avaliarmos críticas referentes a Regina Casé para voltarmos à abordagem multiperspectiva que se pretende neste artigo. Temos o exemplo da matéria<sup>10</sup> de 2011 do jornalista Mauricio Stycer, “Regina Casé vende otimismo em programa de auditório da ‘Era Lula’”

Desde “Programa Legal”, em 1991, depois com “Brasil Legal” (1995), “Muvuca” (1999), e “Central da Periferia” (2006), entre outros, Regina Casé vem tentando erguer uma ponte entre, de um lado, o que ela e sua fiel equipe consideram “o país real” e, do outro, o público que assiste televisão no sofá de casa. Várias destas iniciativas foram marcadas por um tom missionário, incômodo, bem como por uma felicidade ingênua que não encontrava guarida na realidade do país. Com “Esquenta!”, seu mais novo programa, a ser apresentado aos domingos entre janeiro e março deste ano, Regina parece ter encontrado o tom certo no momento exato. Não à toa, Lula foi a grande atração do programa de estreia, numa entrevista descontraída que ele não teve a oportunidade de dar à Globo nos seus oito anos de governo. “Assista nós na televisão”, convocou o ex-presidente, bem ao seu estilo, dirigindo-se

<sup>6</sup> Disponível em: <http://letras.mus.br/arlando-cruz/1834406/> Acesso em: 16 de mar de 2013.

<sup>7</sup> Disponível em: [http://www.e-biografias.net/regina\\_case/](http://www.e-biografias.net/regina_case/) Acesso em: 16 de mar de 2013.

<sup>8</sup> Disponível em: <http://www.reginacase.com.br/vida> Acesso em: 16 de mar de 2013.

<sup>9</sup> Disponível em: <https://www.facebook.com/ReginaCase?fref=ts> Acesso em: 16 de mar de 2013.

<sup>10</sup> Disponível em: <http://mauriciostycer.blogosfera.uol.com.br/2011/01/03/regina-case-vende-otimismo-em-programa-de-auditorio-da-%E2%80%9Cera-lula%E2%80%9D/> Acesso em: 16 de mar de 2013.



ao público. Em outro momento, Lula convidou Zeca Pagodinho a tomar uma cerveja e pediu ao sambista que cantasse um de seus maiores sucessos, aquele que diz: “Deixa a vida me levar, vida leva eu...” (STYCER, 2011, meio digital).

O objetivo de Regina Casé e sua equipe de criar um clima de festa democrática é bem sucedido, já que tem a proposta de trazer uma atração voltada aos públicos C, D e E à grade da Globo, como um programa que lembra bastante uma festa na periferia carioca. A emissora recebe críticas por não ter espaço para esses segmentos na programação. Mesmo assim, a questão do estereótipo<sup>11</sup> pode ser uma marca negativa do “Esquenta”

Certamente o *Esquenta* é o programa com o maior percentual de negros da TV aberta. Enquanto as novelas, seriados e telejornais são predominantemente caucasianos, quem manda ali são os negros e pardos. É esse o ponto. O programa reforça o estereótipo dos negros brasileiros como indivíduos suburbanos, subempregados, mas ainda assim felizes, sempre com um sorriso no rosto, esquecendo-se das mazelas cotidianas por meio da dança, do remelexo, das rimas pobres do funk, do mau gosto de penteados e cortes de cabelo extravagantes. Sou negro e não sei sambar, não pinto meu cabelo de louro, não uso cordões, não ando gingando nem falo em dialeto. Não sou exceção, felizmente (SACRAMENTO, 2013, meio digital).

No trecho acima, o jornalista Marcos Sacramento defende que o “Esquenta” reforça o racismo e ajuda a legitimar o estilo de vida mal educado e de poucas perspectivas dos jovens da periferia, que se espelham nos dançarinos com cabelos bizarros e nas moças, sempre de shorts minúsculos e prosódias vulgares, que participam do programa.

### 2.1.1 “Esquenta” é sucesso nas redes sociais

Para avaliarmos as mediações ocorridas nas redes sociais destinadas ao programa “Esquenta”, optamos por utilizar a metodologia de Análise de Conteúdo (AC). A adoção regular deste método ocorre no início do século XX, quando é difundida em vários campos do conhecimento, como nas ciências políticas, na psicologia, na sociologia, etc. Sua consolidação é voltada para procedimentos analíticos na área de Comunicação nos Estados Unidos.

De acordo com Bardin (2009), este método pode ser estruturado em cinco etapas: organização da análise, codificação, categorização, inferência e tratamento informático. Em relação à primeira etapa, organização da análise, esclarecemos que ela ocorre em três

---

<sup>11</sup> Disponível em: <http://www.diariodocentrodomundo.com.br/o-esquenta-de-regina-case-e-o-programa-mais-racista-da-tv/> Acesso em: 16 de jun de 2013.



momentos: na pré-análise, quando há o planejamento do trabalho a ser realizado, através da sistematização das ideias iniciais e do desenvolvimento de operações sucessivas; exploração do material, que refere-se à análise propriamente dita, envolvendo processos de codificação de acordo com regras previamente formuladas; e tratamento dos resultados obtidos e interpretação, quando os resultados brutos são tratados de forma a serem significativos e válidos.

A amostra desta pesquisa será a análise no período de 23 a 30 de novembro de 2014 das postagens realizadas na *Fanpage* da apresentadora Regina Casé e do *Twitter* oficial do programa. Buscaremos compreender de que forma ocorrem as mediações entre os espectadores e internautas em relação aos conteúdos disponibilizados.

O “Esquenta” possui diversas *Fanpages* ou páginas de fãs, que é uma ferramenta do *Facebook* direcionada para empresas ou marcas. A popularidade do programa pode ser avaliada pela quantidade grandiosa de pessoas vinculadas às páginas e que fazem diversos comentários diários. As páginas mais famosas atualmente são: “Programa Esquenta”<sup>12</sup> com 276.305 curtidas e “Esquenta Globo”<sup>13</sup> com 34.810 curtidas.

Fato curioso é que as páginas vinculadas ao “Esquenta” têm postagens antigas. Pelo visto, os internautas criaram uma rede virtual de apoio à consolidação da fama do programa de TV e não foi do interesse da emissora manter os canais no *Facebook* para interação com o público. A divulgação oficial de dados, chamadas e curiosidades sobre o conteúdo são feitas através da *Fanpage* da apresentadora Regina Casé<sup>14</sup>, com a expressiva marca de 3.066.553 de curtidas. Nas postagens o recurso da *hashtag*<sup>15</sup> #Esquentaaovivo é sempre recorrente. Ao incorporar as *hashtags*, o *Facebook* pode facilitar a busca por conversas e pode criar tópicos mais comentados. A medida pode manter as pessoas mais tempo no *Facebook* e, desse modo, fazê-las visualizar mais anúncios, principal fonte de renda da rede social.

Os comentários nas legendas das postagens servem para salientar alguns aspectos: em primeiro lugar, é notável a popularidade da figura da apresentadora. Podemos verificar que as

---

<sup>12</sup> Disponível em: <https://www.facebook.com/pages/Programa-Esquenta/155616427826543> Acesso em: 30 de nov. de 2014.

<sup>13</sup> Disponível em: <https://www.facebook.com/EsquentaGloboOficial?fref=ts> Acesso em: 30 de nov. de 2014.

<sup>14</sup> Disponível em: <https://www.facebook.com/ReginaCase/timeline> Acesso em: 20 de nov. de 2014.

<sup>15</sup> *Hashtags* são palavras-chave antecedidas pelo símbolo "#", que designam o assunto o qual está se discutindo em tempo real no *Twitter*. As *hashtags* viram *hiperlinks* dentro da rede e indexáveis pelos mecanismos de busca. Sendo assim, usuários podem clicar nas *hashtags* ou buscá-las em mecanismos como o Google para ter acesso a todos que participaram da discussão. As *hashtags* mais usadas no *Twitter* ficam agrupadas no menu *Trending Topics*, encontrado na barra lateral do microblog. O mecanismo teve uma aceitação tão boa que o *Facebook* está se preparando para adotar o *hashtag*, símbolo do *Twitter*. O *Instagram*, comprado pelo *Facebook* em 2012, usa *hashtags* em suas imagens. Disponível em: <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2013/03/facebook-se-prepara-para-incorporar-hashtag-simbolo-do-twitter-diz-jornal.html> Acesso em: 15 de mar. de 2013.



postagens com grande quantidade de “curtir” e comentários são aquelas que se referem à vida pessoal ou a algum traço da personalidade irreverente de Regina Casé. Outro sucesso também são publicações feitas enquanto o programa está no ar na TV. Responder sobre o convidado preferido no programa, por exemplo, cria uma enorme interação na *Fanpage*. O público é convidado o tempo todo para não se “desligar” do programa: seja na TV (não trocar de canal), no *Facebook* ou no *Twitter* (rede social que tem sido vitoriosa na conquista de fãs do programa na virtualidade).

No *Twitter* oficial do programa “@esquentafc”<sup>16</sup> já foram postados 5.262 *tweets*<sup>17</sup> e são 39.700 seguidores. A descrição do perfil é direta e descontraída: “Bateria arreventa, todo mundo comenta, sejam todos bem-vindos ao *Twitter* do #Esquenta!”. As postagens são feitas com conteúdo aleatório, enquanto o programa está no ar. Esta estratégia é para pedir RT aos seguidores. RT é a abreviação de “*ReTweet*”, que significa replicar algo que foi escrito. RT no *Twitter* significa que o usuário repetiu o texto escrito por outra pessoa, mas aparecendo os devidos créditos.

Os RT no *Twitter* acontecem, normalmente, quando uma pessoa escreve uma frase sobre algo que é interessante para outros, ou quando é um assunto de utilidade pública, algo que deve ser passado para frente. No RT aparece para os outros o nome e a frase de quem o usuário fez a cópia. O RT pode ser feito de duas maneiras: usando o próprio *link* do *site* de “*ReTwitter*” ou simplesmente copiando a frase e colocando RT na frente, para poder comentar sobre o assunto.

No *Twitter* a abordagem dos internautas é feita com estratégias diferentes da *Fanpage*. Em vários *tweets* o internauta é chamado para acompanhar a grade de programação da TV Globo. Segundo dados do Ibope<sup>18</sup>, a representatividade da TV é de 48% da população brasileira entre 12 e 75 anos. Pelo visto, o “Esquenta” soube se apropriar da boa aceitação da TV entre os brasileiros para criar discursos na internet que se cruzam com a linguagem popular do programa. O uso de frases de autoajuda, de trechos de música, de brincadeiras com o público podem ser indícios que comprovam tal observação. A participação do espectador enquanto o programa está no ar é um ponto em comum com o marketing realizado no *Facebook*.

---

<sup>16</sup> Disponível em: <https://twitter.com/esquentafc> Acesso em: 20 de nov. de 2014.

<sup>17</sup> *Tweet* significa gorjeio, pio de passarinhos. É o nome utilizado para designar as trocas de mensagens utilizadas na rede social *Twitter*. *Tweet* recebe esse nome, pois o símbolo da rede social é um passarinho azul. *Tweet* é cada mensagem trocada pelos usuários, que pode ter no máximo 140 caracteres.

<sup>18</sup> Disponível em: <http://www.mediabook.ibope.com/> Acesso em: 20 de nov. de 2014.

### 3 CONSIDERAÇÕES

O “Esquenta” a cada dia mais desenvolve mecanismos de conquista da audiência. São inúmeros os comentários de internautas nas redes sociais legitimando a continuidade do programa: “a única atração que presta na TV no domingo é a Regina”; ou então: “eu apoio de ela ficar a tarde toda”; e, ainda, “esse programa não pode mais sair do ar”, etc.

Após captar a atenção dos espectadores com o seu jeito bem-humorado e irreverente de ser, Regina Casé e a equipe consolidaram o trabalho de conquista do público na *Fanpage* e no *Twitter* do programa. Podemos dizer, que o recheio do ‘Esquenta’ é oferecido aos domingos, mas as suas bordas e sobremesas atraem os paladares das pessoas ao longo de toda a semana.

Independente do caráter ideológico ou político do programa, a marca cultural é presente a cada edição. Temas sociais relevantes são sempre mencionados pela apresentadora como, por exemplo, a tolerância religiosa. E o carisma de Regina Casé parece atrair olhares para problemas de maneira leve e divertida. Ainda assim, os espectadores e internautas estabelecem mediações que debatem o entretenimento, sem promoções efetivas a transformações sociais.

### REFERÊNCIAS

BARBERO, Jesús Martín. **Dos meios às mediações**: Comunicação, cultura e hegemonia. 2. Ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003. 372 p.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa, Portugal: Edições 70, LDA, 2009.

CANCLINI, Néstor García. **Leitores, espectadores e internautas**. São Paulo: Iluminuras, 2008. 94p.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia** – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno. Bauru, SP: EDUSC, 2001. 454p.

#### Sites:

Audiência Esquenta. Disponível em: <http://televisao.uol.com.br/ultimas-noticias/2011/01/03/estreia-do-esquenta-marca-17-pontos-de-audiencia-na-globo.jhtm> Acesso em: 12 de jan de 2013

Biografia Regina Casé 1. Disponível em: [http://www.e-biografias.net/regina\\_case/](http://www.e-biografias.net/regina_case/) Acesso em: 16 de mar de 2013

Biografia Regina Casé 2. Disponível em: <http://www.reginacase.com.br/vida> Acesso em: 16 de mar de 2013

Blog do Garotinho. Disponível em: <http://www.blogdogarotinho.com.br/lartigo.aspx?id=12913> Acesso em: 16 de mar de 2013

Blog Mauricio Stycer. Disponível em: <http://mauriciostycer.blogosfera.uol.com.br/2011/01/03/regina-case-vende-otimismo-em-programa-de-auditorio-da-%E2%80%9Cera-lula%E2%80%9D/> Acesso em: 16 de mar de 2013.

Coluna Tony Goes. Disponível em: <http://f5.folha.uol.com.br/colunistas/tonygoes/1060523-esquenta-de-regina-case-consegue-ser-popular-sem-ser-brega.shtml> Acesso em: 16 de mar de 2013.

*Fanpage* Regina Casé. Disponível em: <https://www.facebook.com/ReginaCase?fref=ts> Acesso em: 15 de mar de 2013.

Hashtag. Disponível em: <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2013/03/facebook-se-prepara-para-incorporar-hashtag-simbolo-do-twitter-diz-jornal.html> Acesso em: 15 de mar de 2013.

Letras de música. Disponível em: <http://letras.mus.br/arlindo-cruz/1834406> Acesso em: 15 de mar de 2013.

Esquenta. Disponível em: <http://tv.globo.com/programas/esquenta/> Acesso em: 15 de mar de 2013.

*Twitter* Esquenta. Disponível em: <https://twitter.com/esquentaofc> Acesso em: 15 de mar de 2013.

Mediabook. Disponível em: <http://www.mediabook.ibope.com/> Acesso em: 12 de jan de 2013.

Programa Esquenta. Disponível em: <http://tv.globo.com/programas/esquenta/videos/t/programa/v/orio-depois-das-upps-policiais-comentam-o-dia-a-dia-nas-favelas/2356867/> Acesso em: 16 de mar de 2013.

Sacramento. Disponível em: <http://www.diariodocentrodomundo.com.br/o-esquenta-de-regina-case-e-o-programa-mais-racista-da-tv/> Acesso em: 16 de jun de 2013.

*Original submetido em: 27/02/2014*

*Aceito para publicação em: 30/09/2014*

*Resumo sobre os autores*

**Rafaella Prata Rabello**

Mestranda da linha "Comunicação e Identidades" do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Jornalista pelo Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora (CES/JF) e graduada em Letras pela UFJF.

**Christina Ferraz Musse**

Jornalista, mestre e doutora em Comunicação e Cultura pela UFRJ. Professora da UFJF no curso de Jornalismo e no Programa de Pós-Graduação em Comunicação.