



**COMUNICAÇÃO SOCIAL COM HABILITAÇÃO EM  
PUBLICIDADE E PROPAGANDA**

**A VISIBILIDADE MIDIÁTICA ATRAVES DOS PROGRAMAS DE  
TELEVISÃO: UM ESTUDO DE CASO COM A CANTORA PAULA  
SANFER VENCEDORA DO THE VOICE BRASIL**

**BRUNA RODRIGUES E CERQUEIRA  
ELISÂNGELA PEREIRA DA SILVA**

Feira de Santana

2021

BRUNA RODRIGUES E CERQUEIRA  
ELISÂNGELA PEREIRA DA SILVA

**A VISIBILIDADE MUDIÁTICA ATRAVES DOS PROGRAMAS DE TELEVISÃO: UM  
ESTUDO DE CASO COM A CANTORA PAULA SANFER VENCEDORA DO THE  
VOICE BRASIL**

Monografia apresentada ao Curso de Publicidade e  
Propaganda, da faculdade Anísio Teixeira, como  
requisito parcial para obtenção do título de bacharel.

Orientador: Evandro Rabello

Comentado [MOU1]: Adicionar

Feira de Santana  
2021

BRUNA RODRIGUES E CERQUEIRA  
ELISÂNGELA PEREIRA DA SILVA

**A VISIBILIDADE MIDIÁTICA ATRAVES DOS PROGRAMAS DE TELEVISÃO: UM  
ESTUDO DE CASO COM A CANTORA PAULA SANFER VENCEDORA DO THE  
VOICE BRASIL**

**BANCA DE APRESENTAÇÃO**

---

Orientador:

---

Examinador:

---

Examinador:

Feira de Santana  
2021

## **AGRADECIMENTOS**

Comentado [MOU2]: escrever

### **BRUNA RODRIGUES E CERQUEIRA**

A Deus, pela minha vida, e por me ajudar a ultrapassar todos os obstáculos encontrados ao longo do curso. Aos meus pais e meu irmão, que me incentivaram nos momentos difíceis e compreenderam minha ausência, enquanto eu me dedicava a realização deste trabalho. Aos meus colegas de turma, por compartilharem comigo tantos momentos de descobertas e aprendizado e por todo o companheirismo ao longo deste percurso. Aos professores, pelas correções e ensinamentos que me permitiram apresentar um melhor desempenho no meu processo de formação profissional.

Obrigada a todos, obrigada Deus, sem vocês nada seria possível.

### **ELISÂNGELA PEREIRA DA SILVA**

Em primeiro lugar a Deus pela oportunidade de realizar esse grande sonho; a graduação. Como eu sempre digo Deus nos envia anjos, e foi assim que me sentir quando iniciei esse sonho e ao longo dele. Agradecer a minha mãe querida Rosângela por sempre acreditar em mim, e me incentivar a ir mais além. Aos meus irmãos, pelo companheirismo, pela cumplicidade em todos os momentos delicados da minha vida. Às pessoas com quem convivi ao longo desses anos de curso, que me incentivaram e que certamente tiveram impacto na minha formação acadêmica.

Hoje meu coração é só gratidão!

## RESUMO

Este estudo teve como objetivo evidenciar como os programas de televisão influenciam na visibilidade da carreira do artista. Tratou-se de um estudo exploratório-descritivo, quali-quantitativo realizado junto a 63 entrevistados, além de utilizar a cantora Paula Sanffer como um dos instrumentos de estudo. Os resultados demonstraram que a mídia e a televisão são instrumentos que influenciam na opinião social e determinam muitas vezes na forma de agir da sociedade. Por conseguinte fica evidenciado que os programas de Reality Show são unanimidade pelos telespectadores e que acabam gerando impacto positivo na carreira dos participantes. No caso da cantora Paula Sanffer a sua vida sofreu uma transformação após a participação no programa The Voice. Ela alavancou sua carreira e ate hoje colhi bons frutos da participação no Reality. O documentário teve como objetivo retratar essa realidade. Desta forma, de modo geral, a visibilidade midiática é imprescindível e importante para a carreira do artista.

**Palavras-chave:** Mídia, Televisão, Reality Show, The Voice.

## ABSTRACT

This study aimed to show how television programs influence the visibility of the artist's career. It was an exploratory-descriptive, quali-quantitative study carried out with 63 interviewees, in addition to using the singer Paula Sanffer as one of the study instruments. The results showed that the media and television are instruments that influence social opinion and often determine the way society acts. Therefore, it is evident that the Reality Show programs are unanimous by the viewers and that they end up generating a positive impact on the participants' careers. In the case of singer Paula Sanffer, her life underwent a transformation after participating in The Voice program. She leveraged her career and until today I reaped good results from participating in Reality. The documentary aimed to portray this reality. Thus, in general, media visibility is essential and important for the artist's career.

**Keywords:** Media, Television, Reality Show, The Voice.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

### GRÁFICOS

Gráfico 1: Orientação Sexual .....	24
Gráfico 2: Faixa etária .....	25
Gráfico 3: Frequência que assiste TV .....	25
Gráfico 4: Tipo de Programa predileto .....	26
Gráfico 5: Já assistiu a algum Reality Show .....	27
Gráfico 6: Dos reality shows listados qual o que você mais gosta? .....	27
Gráfico 7: O que você acha do The Voice Brasil? .....	28
Gráfico 8: Que tipo de percepção o artista passa a ter após participar de um Reality? .....	28
Gráfico 9: Você conhecia a cantora Paula Sanffer? .....	29
Gráfico 10: Você conheceu a cantora Paula Sanffer após a participação no reality show the voice? .....	29
Gráfico 11: A carreira da cantora a cantora Paula Sanffer obteve sucesso após a participação no reality? .....	30

## SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO .....	9
1.1 Justificativa .....	10
1.2 Metodologia .....	10
2. FORMATO DOCUMENTAL .....	12
2.1. Tipos de Documentário .....	13
3. REVISÃO TEÓRICA .....	15
3.1 A Mídia, Televisão e a Sociedade Midiática.....	15
3.2 A Televisão .....	17
3.3 Reality Show .....	21
3.4 The Voice Brasil.....	22
4. A PESQUISA E ANÁLISE DOS DADOS.....	24
5 O DOCUMENTÁRIO .....	32
5.1. Estrutura Geral.....	32
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	36
REFERENCIAS .....	37
ANEXOS .....	40
APÊNDICES.....	41

## 1. INTRODUÇÃO

O avanço da tecnologia e a popularização da internet aproximaram o público dos artistas e ampliaram a exposição midiática, neste contexto, pessoas anônimas tiveram suas vidas modificadas rapidamente, principalmente com a popularização dos realitys, que caíram no gosto popular, principalmente pelo fato de o público se enxergar na TV, através de pessoas comuns.

Esse desenvolvimento tecnológico alterou a forma de como as práticas sociais eram vistas, pois anteriormente era necessária uma exposição local para que ocorresse a propagação de um artista ou atividade cultural. No transcorrer dos anos, os espaços midiáticos passaram a ter papel importantíssimo na ampliação da visibilidade e na afirmação de sucesso na carreira de um artista. Neste caso os programas de televisão se destacam pela amplitude de públicos que conseguem atingir.

A televisão (TV) surgiu como elemento transformador da sociedade pois através dela as pessoas passam a ser influenciadas a adquirir determinados produtos, possuir determinados comportamentos, e ate mesmo determinar o sucesso de uma carreira profissional.

Segundo Brasil Escola (2021), a televisão agora é mais significativa do que livros, revistas, e, até mesmo, do que jornais na transmissão da cultura de consumo. Ela é mais do que uma transmissão, pois afeta a experiência do mundo ao proporcionar mapas culturais, guias de referencia que ajudam a enquadrar as interpretações e respostas. A linguagem ecoa da linguagem da TV, o modo como se veste reflete as imagens da TV. Não é uma afirmação exagerada dizer que a consciência de mundo ocorre por meio da TV

Junto com a TV surgiram os programas de televisão que buscam alcançar o maior número de espectadores e conseqüentemente garantir que aquela emissora esteja na frente de seus concorrentes. Esses programas alcançam milhões de pessoas e acabam gerando retornos financeiros espetaculares para os envolvidos e também acabam auxiliando na divulgação da carreira de determinados artistas que antes não possuíam visibilidade da mídia.

Dada a importância dos programas de televisão e sua facilidade de exposição e alcance de massa, esse estudo busca responder o seguinte questionamento: Como

a visibilidade midiática através dos programas de televisão influenciam na carreira dos artistas?

Desta forma tem por objetivo geral evidenciar como os programas de televisão influenciam na visibilidade da carreira do artista. Além disso, especificamente objetiva: descrever e analisar a visibilidade midiática; evidenciar o impacto dos programas de TV na mídia e evidenciar através de estudo de caso o impacto da participação da cantora Paula Sanfer no programa *The Voice Brasil*.

Quanto à estrutura, esta monografia é composta por 5 capítulos. O primeiro representa a introdução, logo em seguida o capítulo 2 contextualização teórica da Mídia, Televisão e a Sociedade Midiática. No terceiro abordagem sobre Reality Show. O quarto capítulo compreende a metodologia. Já o quinto apresenta os dados da pesquisa com a entrevista a cantora e por fim o último capítulo com as considerações finais.

### 1.1 Justificativa

Esse estudo justifica-se pela necessidade de demonstrar como as transformações percebidas nos processos de “visibilidade midiática”, tornaram-se imprescindíveis para o reconhecimento social e para afirmação do artista na sociedade. Além de colaborar para ilustrar de forma científica a utilização da mídia na sociedade.

### 1.2 Metodologia

O presente estudo caracteriza-se como uma pesquisa exploratório-descritiva, quali-quantitativa, cujo o objeto de estudo é analisar a visibilidade dos Reality Show, dado ênfase ao programa *The Voice Brasil* com participação da cantora Paula Sanfer.

Segundo Gil (2008) a pesquisa exploratório-descritiva tem o objetivo de proporcionar maior familiaridade com o problema, através de levantamento bibliográfico e descrever as características de determinadas populações ou fenômenos. Uma de suas peculiaridades está na utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados, tal como o questionário.

A pesquisa quali-quantitativa busca interpretar as informações obtidas através de símbolos ou dados numéricos para demonstrar o comportamento de determinado grupo ou seleção.

Comentado [MOU3]: Escrever Justificativa

Já o estudo de campo procura o aprofundamento de uma realidade específica. É basicamente realizada por meio da observação direta das atividades do grupo estudado e de entrevistas com informantes para captar as explicações e interpretações do ocorrem naquela realidade. (GIL,2008)

Além da pesquisa de campo, realizou-se uma entrevista com o objetivo de identificar elementos que sustentassem os objetivos da pesquisa. A entrevista é uma técnica importante para fazer a coleta de dados em uma pesquisa qualitativa. Isto ocorre pelo fato de algumas informações não podem ser obtidas por meio de pesquisa bibliográfica, pesquisa de campo ou de observação. Utiliza-se da entrevista para fortalecer e compreender o objeto de estudo da pesquisa

Segundo Gil (2008) pode-se definir entrevista como a técnica em que o investigador se apresenta frente ao investigado e lhe formula perguntas, com o objetivo de obtenção dos dados que interessam à investigação. A entrevista é, portanto, uma forma de interação social. Mais especificamente, é uma forma de diálogo assimétrico, em que uma das partes busca coletar dados e a outra se apresenta como fonte de informação.

## 2. FORMATO DOCUMENTAL

Comentado [MOU4]: escrever

O documentário é uma produção audiovisual, via de regra um filme, não-ficcional, informativo que se caracteriza pelo compromisso da exploração da realidade. Esta realidade pode estar de forma subjetiva ou parcial. Em suma o documentário é feito sobre pessoas, animais, acontecimentos históricos, políticos, culturais, tentando transmitir uma visão real dos fatos.

Ele é uma forma de expressão, onde uma história pode ser contada por alguém que viveu aquele momento ou por quem observou determinado fato. Não é apenas uma forma de contar, mas uma maneira de contar como alguns acontecimentos marcaram toda uma sociedade, é o como estes refletem na sociedade contemporânea.

O documentário conduz a uma experiência única, através dos sons e imagens organizados, representando conceitos abstratos, e de acordo com a cultura do espectador poderá formar ponto de vista ou consolidar uma opinião. Segundo Nichols (2012, p. 98) no documentário, a tendência a explorar uma montagem expressiva, em contraposição à montagem narrativa, é consequência direta da própria natureza das imagens disponíveis ao montador.

O documentário é também resultado de um processo criativo do cineasta, marcado por várias etapas de seleção, comandadas pelas escolhas do realizador que podem ser expostas integralmente - ou não - no produto final, após a montagem. (PUCCINI, 2009)

Para Nichols (2005, p.27) “os documentários de representação social proporcionam novas visões de um mundo comum, para que as exploremos e compreendamos”. Sendo assim, eles proporcionam novas experiências e são feitos da realidade social, possibilitando a representação individual de diversos grupos sociais.

Para (Nichols, 2005, p.25) “todo filme é um documentário. Mesmo a mais extravagante das ficções evidencia a cultura que a produziu e reproduz a aparência das pessoas que fazem parte dela”.

Consolidando o conceito de documentário Ramos (2008, p.22) afirma que:

O documentário é uma narrativa basicamente composta por imagens-câmera, acompanhada muitas vezes de imagens de animação, carregadas de ruídos, música e fala (mas, no início de sua história, mudas), para as quais olhamos (nós

espectadores) em busca de asserções sobre o mundo que nos é exterior, seja esse mundo coisa ou pessoas. Em poucas palavras, documentário é uma narrativa com imagens-câmera que estabelece asserções sobre o mundo, na medida em que haja um espectador que receba essa narrativa como narrativa sobre asserção sobre o mundo.

Então o documentário busca retratar uma realidade social, a vida de um indivíduo, um marco político ou cultural., ele busca retratar a sociedade como realmente ela é, mesmo que parcialmente.

## 2.1. Tipos de Documentário

Segundo Bill Nichols (2012) *apud* Oliveira e Marques (2016) cada documentário tem seu tipo de voz, e cada voz é como uma marca digital de determinada forma de ver o mundo histórico. Para o autor seis tipos de gêneros audiovisual documentário, sendo eles: poético, expositivo, observativo, participativo, reflexivo e o performático.

O documentário de modo poético enfatiza associações visuais, organização formal, qualidades tonais ou rítmicas e passagens descritivas. Esse método é muito próximo do cinema experimental, pessoal ou de vanguarda. (NICHOLS, 2012).

Já o documentário expositivo é o método ideal para transmitir informações realçando o comentário verbal e uma lógica argumentativa, sendo considerado pela maioria das pessoas como documentário geral. Passa-se a expor para a sociedade ideologias sobre determinadas questões sociais.

O terceiro tipo de documentário é o modo observativo, onde destaca-se o engajamento direto no cotidiano das pessoas que representam o tema do cineasta, conforme são observadas por uma câmera discreta. O cineasta tem o papel de observar, ele apenas acompanha os acontecimentos, possibilitando saber o tempo real de cada fato histórico.

O quarto tipo de documentário é o participativo. Segundo Nichols (2012) o modo participativo foca na interação de cineasta e tema. A filmagem acontece em entrevistas ou outras formas de envolvimento ainda mais direto. Frequentemente, une-se a imagem de arquivo para examinar questões históricas. Para o autor, corre o

risco da participação extrapolar os limites e ser evasivo demais, podendo a história ser contada de maneira muito ingênua

O quinto modelo de documentário é o reflexivo que apresenta o realismo social na área psicológica e emocional. Utiliza-se de técnicas como a montagem em evidência para causar o efeito de consciência, até trazer questionamentos do que está sendo proposto no documentário. Nesta forma de documentário consegue-se fazer suposições de uma perspectiva da realidade social. (OLIVEIRA; MARQUES, 2016)

O último modo de documentário é o performático. Segundo Nichols (2012, p. 63) o modo performático:

ênfatisa o aspecto subjetivo ou expressivo do próprio engajamento do cineasta com seu tema e a receptividade do público a esse engajamento. Rejeita a ideia de objetividade em favor de evocações e afetos. Todos os filmes desse modo compartilham características com filmes experimentais, pessoais e de vanguarda, mas com uma ênfase vigorosa no impacto emocional e social sobre o público.

Esta pesquisa irá utilizar como métodos de documentário, o modo observativo e o modelo participativo, pois iniciará com a observação dos dados expostos pelo entrevistado trazendo um contexto da sua realidade, ocorrendo uma interação entre o cineasta e o entrevistado/tema.

### 3. REVISÃO TEÓRICA

#### 3.1 A Mídia, Televisão e a Sociedade Midiática

A mídia é definida como um conjunto de meios de comunicação com a finalidade de transmitir informações e os mais diversos conteúdos. Ela se propaga através das mais variadas plataformas como televisão, internet, jornais, revistas e rádio, tornando as informações muito mais acessíveis a sociedade.

O termo mídia foi introduzido nos Estados Unidos no final do século XIX. O surgimento desse termo foi devido ao fato da criação do telégrafo, da fotografia e da rádio. Nesse contexto histórico, já se pode vislumbrar que a mídia está ligada diretamente ao uso de meios de comunicação para divulgação de notícias, entretenimento e eventos sociais. Com a evolução dos veículos de comunicação, como a televisão e a internet, em especial pelas redes sociais, a mídia exerce um poder influenciador em toda a sociedade. (CORREIA; PORTO JUNIOR, 2020)

A mídia tornou-se influenciadora das decisões humanas. Ela passou a influenciar na forma como se vestir, a música preferida, a comida predileta, ou seja, passou a determinar o estilo de vida que o indivíduo deseja seguir.

Segundo Mendonça (2013, p.372), a sociedade é influenciada pelo que vê e ouve através da mídia, formando, assim, a chamada opinião pública.

Essa influencia da mídia se tornou importantíssimo para a projeção e expansão da política, dos esportes, da cultura e de um modo geral da forma de entretenimento das pessoas. Além disso, afetou diretamente o psicológico do indivíduo.

A mídia desempenha um importante papel informativo e social, influenciando diretamente a opinião ou formação de uma opinião de qualquer indivíduo, alfabetizado ou não. (CÂMARA, 2012)

Com o aumento das mídias, o desenvolvimento de novos meios de comunicação e conseqüentemente da facilidade de propagação das informações através do avanço tecnológico, a sociedade ficou ainda mais exigente com o número e a qualidade do que está sendo veiculado.

Esse excesso de informações aliado ao uso da tecnologia tornou os indivíduos sedentos de notícias imediatas, transformando o cotidiano social.

Segundo Thompson (2012, p.119):

o desenvolvimento de novos meios de comunicação não consiste simplesmente na instituição de novas redes de transmissão de informação entre indivíduos cujas relações sociais básicas permanecem intactas. Mais do que isso, o desenvolvimento dos meios de comunicação cria novas formas de ação de interação e novos tipos de relacionamentos sociais, formas que são bastante diferentes das que tinham prevalecido durante a maior parte da história humana.

A mídia por meio de seus instrumentos de comunicação tem o poder de influenciar ou manipular a opinião pública. Todavia, a consciência pública, em algumas situações, se distancia da veracidade de determinados fatos ou informações.

Nesse contexto, pode-se afirmar que a opinião pública, considerada como o amálgama de ideias e valores que externam o modo de pensar de determinados grupos sociais acerca de assuntos específicos, é edificada sobre o tripé sujeito-experiência-intelecto. Com a difusão da comunicação de massa, foi acrescida a esse contexto a informação mediatizada, que, conjugada ao analfabetismo funcional que assola a população brasileira, passou a ditar unilateralmente o quadro fático valorativo a ser absorvido pela massa populacional (CÂMARA, 2012, p. 268).

Desta forma, o Brasil sofre um grande impacto da mídia na forma de agir e pensar, visto que, existe um grande número de analfabetos o que acaba impactando na falta de formação de um senso crítico para separar notícias e informações verdadeiras de outras falsas ou sensacionalistas. Por conseguinte, mesmo os indivíduos que possuam uma formação técnica e cultural acabam sendo influenciados pela força de persuasão da mídia.

Por esse motivo, segundo Barros e Lemos (2018, p. 08) os jornalistas estão sempre à espreita, em busca de situações, casos e acontecimentos que se enquadrem na lógica dos pânico morais.

No entanto, a TV apresenta programas culturais conforme descreve Correia e Porto Júnior (2020, p. 11):

A televisão no aspecto cultural também não fica atrás. Diversos programas de cunho cultural são dispostos nas grades de programação das redes de Tv. Programas de variedades, de literatura, de música, de artes plásticas ou mesmo de esportes, são visualizados diariamente e em tempo integral por

grande parte da população, influenciando o que se vê e o que se formaliza como opinião.

Como explica Machado (2004, p. 61), “as mídias desempenham um papel fundamental de organização de um conjunto de rumores e percepções públicas desorganizadas, constituindo um corpus interpretativo do problema”.

Isso demonstra que mídia ira impactar de forma positiva ou negativa em toda a sociedade. Os veículos midiáticos buscam, incessantemente, o lucro e o objetivo e criar programas ou veicular informações, que deem altos índices de audiência. Não existe uma preocupação com a qualidade do que se é veiculado. Na busca incessante de se obter lucro e vantagem competitiva, os veículos midiáticos acabam utilizando as informações do fato de modo sensacionalista, “criando shows legítimos e transmutando-o em entretenimento para os cidadãos a que se dirigem, não tendo um rigoroso crivo quanto à seleção das notícias, sem questionar a veracidade dos fatos, visando obter altos índices de audiência” (GOMES, 2015, p. 18).

No entanto, não se pode deixar de exaltar os benefícios sociais trazidos pela mídia, em especial o sistema de televisão, que apresentam alguns programas que enriquecem a cultura do cidadão além de trazer opções de entretenimento, especialmente, para aqueles que ficam dentro de casa.

Essa nova forma de interação acaba permitindo que as notícias ou determinados programas de televisão acabem atingindo os mais variados públicos e consequentemente acabe transformando socialmente estas pessoas.

### **3.2 A Televisão**

A televisão surge no século XX através de um protótipo criado pelo norte-americano Philo Farnsworth. Em 1927, ele conseguiu realizar sua primeira transmissão eletrônica de televisão e nesse mesmo ano registrou a patente da invenção.

No entanto, em 1926, o escocês John Logie Baird realizou a primeira demonstração pública mundial de transmissão de imagens. O modelo de TV de Baird chegou a ser usado pela BBC, que foi a pioneira em transmissões na Inglaterra.

Segundo Thompson (2012), a televisão oferece uma maior riqueza visual dos acontecimentos, possibilitando, que as pessoas podem ser vistas e ouvidas por outras, criando uma proximidade, no entanto, apresentando diferenças importantes. Inicialmente a televisão permite que o mesmo assunto ou evento seja visto de uma só vez por milhares de pessoas em todo o mundo. Por conseguinte, o campo televisivo tem um alcance extenso, pois com o mundo globalizado os fenômenos que acontecem muito distantes podem ser vistos cada vez mais instantâneos.

Os indivíduos que aparecem na tela da televisão podem ser vistos pelos receptores que, por sua vez, não podem ser vistos; os espectadores podem ver os indivíduos que aparecem diante deles, mas permanecem invisíveis para os últimos. O tipo de publicidade criada pela televisão é assim caracterizada pelo contraste fundamental entre produtores e receptores no que diz respeito à visibilidade e invisibilidade, à capacidade de ver e de ser visto. (THOMPSON, 2012, p.172).

Para Cashmore “A televisão só começou a decolar em 1952, quando surgiu a necessidade de utilização da capacidade ociosa da indústria eletrônica” (1998, p.26). A partir daí os aparelhos de TV começaram a ser produzidos em massa, instalando um novo modo de ver e perceber o mundo.

Ao longo da sua trajetória a televisão se tornou não apenas um aparelho tecnológico, mas um veículo de comunicação que causa impacto em toda a sociedade. A televisão é um importante propagador de conteúdo, de qualquer natureza, e alcançando número elevado de pessoas. (CORREIA; PORTO JUNIOR, 2020)

No Brasil a TV teve início comercial em 1950, através da TV Tupi em São Paulo, com equipamentos trazidos por Assis Chateaubriand, fundando assim o primeiro canal de televisão. Meses depois a TV é fundada a TV Tupi do Rio de Janeiro. Nesse período a TV tinha como grande concorrente as emissoras de rádio que eram mais facilmente acessíveis.

[...] graças ao jornalista Francisco de Assis Chateaubriand Bandeira de Melo que (dono dos Diários Associados), em 18 de setembro de 1950, inaugurou, oficialmente, o primeiro canal do país e da América Latina, a hoje extinta TV Tupi. (GALVÃO, DUCA, p.84, 2010).

Com a propagação da TV, surgiram outras emissoras ao longo dos anos e junto a elas vieram os programas de TV e auditório, tais como Hebe em 1956, Chacrinha em 1957 e a primeira versão do Sítio do Pica Pau Amarelo em 1958, adaptado da obra literária de Monteiro Lobato. Em 1954, a televisão ganha cores através de um “inovador” sistema de crominância e essa nova característica faz com que os telespectadores agreguem ainda mais valor ao novo modelo de comunicação. Com as cores, a televisão ganha maior credibilidade, como transmissor da realidade. (JESUS; RESENDE, 2013).

A televisão é um veículo de comunicação de massa, gerando visibilidade para milhões de pessoas em todo o mundo. A sua influência na vida das pessoas traz tanto benefícios quanto malefícios. No Brasil, a sociedade é favorável ao hábito de assistir televisão, desta forma acaba por determinar o controle ou monopólio da informação. Baseado nisso, Bucci (2000, p. 09) cita que:

Num país como o Brasil, em que a TV redefiniu o espaço público e reconfigurou a própria face da nacionalidade, a presença dos meios de comunicação é um fator incontornável para os educadores. (...) Isso, para a população que lê pouco, dá à TV uma condição de monopólio da informação, ou seja, a TV monogola sem que outros lhe façam contraponto (BUCCI, 2000, p. 09).

Diante da realidade social do país a TV é o principal meio de comunicação. Conforme descreve Barros (2010), devido essa realidade social do Brasil, verifica-se que é na frente da TV que a maioria das crianças passam seu tempo, bem como uma considerável parcela da população adulta despendem de um elevado número de horas diárias (BARROS, 2010).

No entanto a televisão teve que se desdobrar para criar produtos que prendam a atenção dos telespectadores. Essa busca pela fidelização passa pela banalização da violência, programas sensacionalistas e imagens improprias que por muitas vezes garantem que determinada emissora fique na frente dos índices de audiência. Essas veiculações acabam determinando a identidade social do indivíduo.

Segundo Kellner (1995, p.304) a televisão é uma construtora de identidade e integração social:

[...] argumentamos que a televisão e outras formas da cultura da mídia desempenham papel fundamental na reestruturação da identidade contemporânea e na conformação de pensamentos e comportamentos. Em outro local, afirmamos que a televisão hoje em dia assume algumas das funções tradicionalmente atribuídas ao mito e ao ritual, ou seja, integrar os indivíduos numa ordem social, celebrando valores dominantes, oferecendo modelos de pensamentos, comportamento e sexo para imitação, etc.

Desta forma entende-se que a televisão tem um forte papel social, através da integração dos indivíduos em sociedade, fortalecendo identidades. No entanto, ao mesmo tempo em que pode extrair benefícios deste meio de comunicação, também surgem pontos negativos que se sobrepõem sobre as demais, como a capacidade de pensar ou construir um senso crítico diante da televisão. (JESUS;REZENDE, 2013)

Para Barros (2010) a TV a partir dos anos 1960 passou a ser influenciado por uma forte indústria cultural que difundia uma proposta através da sedução tecnológica, incitação ao consumo e homogeneização dos estilos de vida. Adotou aspectos da cultura norte-americana e seu projeto de nacionalização acabou por ser também influenciado pelos conteúdos homogêneos difundidos por ela que contribuíram, por sua vez, para a erradicação das diferenças regionais.

Com o desenvolvimento da TV, os espectadores cresceram junto com ela e ela deixou de ser apenas um veículo simples de transmissão, acabou por se tornar uma disseminadora de culturas e ideologias. A sociedade passou a refletir características oriundas da televisão.

A TV passou a ser uma divulgadora cultural, ou uma mediadora de difusão da cultura. O objetivo é de trazer notícias de sucesso, que prendam o telespectador ou que o faça interagir diretamente com o que vem sendo apresentado.

Segundo Martín-Barbero *apud* Correia e Porto Júnior (2020) a indústria cultural a grande responsável por criar uma notícia onde priorizam os “sucessos”, isto é, o lado extraordinário e enigmático da atualidade cotidiana, e uma ficção na qual predominará o real. É justamente isso que a televisão por meio dos conteúdos dos telejornais faz muito bem: reproduzem uma ficção cultural retratando o real.

Essa disseminação cultural possibilitou a criação de diversos programas que buscam atingir os diversos públicos. Esses programas se subdividem em diversos

segmentos, sendo que um dos principais é a música. Os programas musicais são denominados de Reality Show.

### 3.3 Reality Show

Os Reality shows são programas de TV que buscam prender a atenção do telespectador, deixando-lhes com a curiosidade do que esta por vir. Geralmente cria-se uma disputa entre os participantes, como duelo musicais, ou disputas entre equipes que normalmente gera algum tipo de conflito e posteriormente surgem as discussões e atitudes que aumentam ainda mais a audiência.

Segundo Metz (2007), os Reality shows são programas sem roteiros que se concentram em imagens de eventos ou situações reais, sem o emprego de atores. Frequentemente, há a presença de um apresentador prepara o cenário para dramas que acontecerão. Não existem roteiros, sendo que boa parte do processo é comandada por produtores e editores.

Para Fantelli (2010, p.2):

Todos os Reality tem a característica comum de que prendem a atenção do espectador e o deixam curioso sobre o que ainda está por vir, ficam extremamente interessados na vida da pessoa em questão (embora, muito provavelmente, esquecerão tudo sobre ela em um curto período de tempo) e o fazem querer ligar a televisão novamente na semana seguinte para acompanhar o desenrolar da história.

Isso faz com que os reality shows sejam um produto pronto para atender as expectativas da sociedade contemporânea em relação ao que ela deseja ver na televisão. Devido a essas características, são programas mais baratos e que geram grandes lucros para as redes de TV. Surgem, então, a cada ano, dezenas de novos programas desse tipo ao redor do mundo, com diferentes formatos e objetivos.

O Reality surgiram nos EUA em 1973, a estreia foi na emissora PBS o programa *An American Family*, que acompanhava o cotidiano de uma família de classe média da Califórnia, os Loud. O grande marco do programa é que não era composto por atores e sim por pessoas reais que formavam uma família. No Brasil, o primeiro programa que surgiu foi em 2000 denominado “No Limite”, que foi inspirado em outro

programa americano, o *Survivor*. O princípio era jogar uma dúzia de pessoas no meio do mato para lutarem pela sobrevivência (e ganhar uma bolada de dinheiro no final). A primeira temporada é do ano 2000. Na mesma época, a emissora se preparava para lançar o BBB, mas Silvio Santos se adiantou e colocou no ar, um ano antes da estreia do "*Big Brother Brasil*" na concorrente, a "*Casa dos Artistas*" no SBT — que confinava celebridades para disputar um prêmio. (UOL, 2020).

Dentre os programas denominados Reality Show do Brasil destaca-se o *The Voice Brasil*, um programa de duelos musicais que conseguia prender o público pela qualidade dos participantes e das músicas apresentadas.

### 3.4 The Voice Brasil

*The Voice Brasil* é um show de talentos musicais brasileiro, produzido pela emissora Rede Globo estreado em setembro de 2012. A versão brasileira originou-se do *The Voice of Holland*, um programa semelhante da Holanda.

O vencedor do programa ganhava um valor considerável em dinheiro e assinava contrato com uma gravadora de música. Isso acabava impulsionando suas carreiras e alguns acabaram tornando celebridades.

A composição do programa era de um apresentador que era Tiago Leifert com o apoio nos bastidores de Daniele Suzuki, Miá Mello e Fernanda Souza e outros. Como técnicos e jurados os cantores Carlinhos Brown, Claudia Leitte, Lulu Santos e Daniel, Michel Teló, Ivete Sangalo, Iza. Esse era basicamente as pessoas que trabalharam no programa.

Segundo a Purepeople (2020) o reality musical realiza audições para escolher possíveis participantes em várias capitais brasileiras. A série consiste em 4 fases: audições, batalhas, shows ao vivo e a grande final.

Nas audições os candidatos se apresentam para os jurados, que ficam sentados de costas para o palco sem contato visual, apenas ouvindo a voz. Caso o técnico se interesse, ele aperta o botão e automaticamente sua poltrona se vira para o palco. No final cada técnico forma uma equipe com 12 candidatos.

Já nas batalhas dois membros da equipe sobem ao palco juntos e fazem uma "batalha" de voz, cantando a mesma canção. Após a apresentação, o técnico escolhe

qual participante da dupla segue para a próxima fase. Nesta etapa, os outros técnicos podem pegar até três membros de outra equipe que tenham sido eliminados. (idem)

Logo após é a etapa dos shows ao vivo nessa fase são realizadas as apresentações individuais ao vivo. Cada técnico chega à semifinal com nove participantes. O participante de cada equipe que não recebeu votos suficientes do público e que não foi salvo por seu técnico é eliminado. O competidor restante de cada equipe avança para a final. Na final, quatro concorrentes competem e o cantor mais votado é o vencedor da temporada. (idem)

Dentre os vencedores do programa listam-se Vitor Alves, Ellen Oléria, Sam Alves, Danilo Reis e Rafael, Renato Vianna, Mylena Jardim, Samantha Ayara, Léo Pain e Tony Gordon.

#### 4. A PESQUISA E ANÁLISE DOS DADOS

Essa pesquisa teve como objetivo geral analisar a visibilidade dos Reality Show, dado ênfase ao programa *The Voice Brasil* com participação da cantora Paula Sanfer. A amostra foi composta por 63 respondentes ligados a comunidade acadêmica e da comunidade geral.

O questionário composto por 13 perguntas que buscaram identificar características dos respondentes e também elucidar a visão em relação aos Reality Show e o seu impacto na vida dos participantes, em especial da cantora Paula Sanfer.

Além disso, foi aplicada uma entrevista direcionada com a cantora Paula Sanfer para descrever como foi a sua participação no programa *The Voice* e a transformação que ocorreu na sua carreira artística com a exposição através da mídia.

O primeiro gráfico buscou identificar o sexo dos participantes da pesquisa. Observa-se que a maior parte dos respondentes é do sexo feminino com 57% e apenas 2% preferiram não opinar sobre sua orientação sexual.

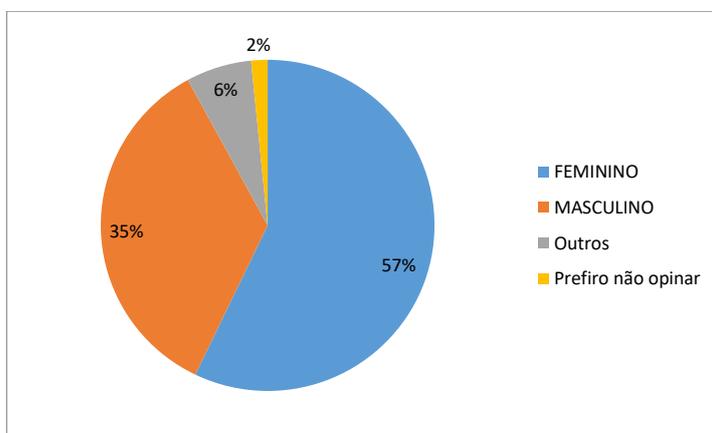


Gráfico 1: Orientação Sexual  
Fonte: Elaborado pelos autores/2021

Comentado [MOU5]: Fazer em todos

Posteriormente, traçou a faixa etária das idades dos participantes. Destaca-se que 60% estão entre 18 e 25 anos, sendo seguido por aqueles que estão entre 26 e 35 com 18%. Conforme descrito a seguir:

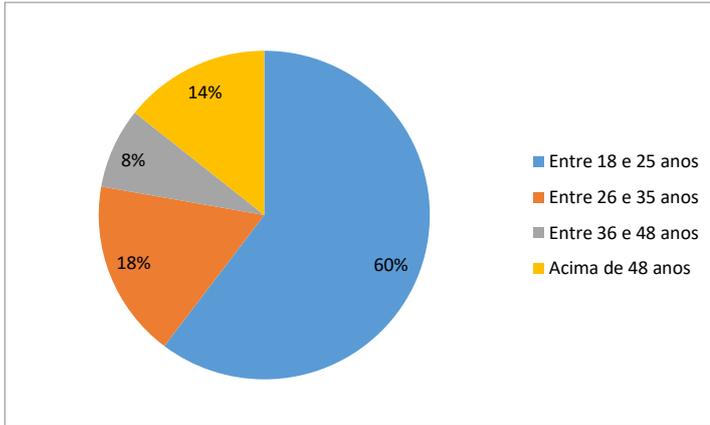


Gráfico 2: Faixa etária  
 Fonte: Elaborado pelos autores/2021

Com relação a frequência que os respondentes assistem televisão e a maior parte deles 65% afirmaram que assistem com frequência e apenas 5% disseram não assistir.

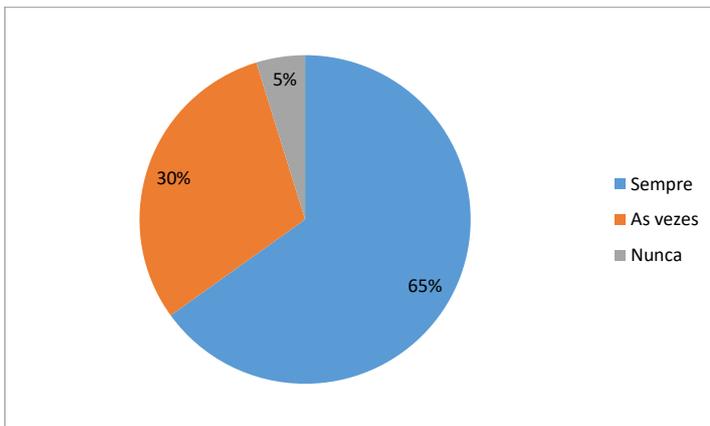


Gráfico 3: Frequência que assiste TV  
 Fonte: Elaborado pelos autores/2021

O gráfico 4 identificou o tipo de programa predileto, 35% responderam novelas, 24% esportes, 22% jornais e 13% musicas. Conforme descrito a seguir:

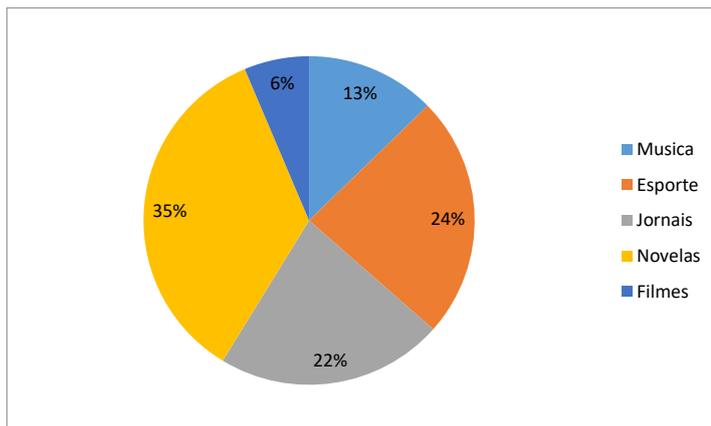


Gráfico 4: Tipo de Programa predileto  
Fonte: Elaborado pelos autores/2021

Consultado sobre os programas prediletos, pedindo que identificassem destaca-se com 22 respondentes informando que são as novelas globais exibidas a noite, 15 informaram que eram os jogos de futebol, 14 os mais variados jornais com Jornal Nacional e da Record, 8 programas de música em especial o The Voice e apenas 4 informaram assistir filmes basicamente usando a Netflix.

Dentre os programas que os respondentes menos gostaram foram listados: *The Masked Singer*, *Caldeirão do Huck* após saída do apresentador Luciano Huck, *A Fazenda*, *Casos de Família*, *Programa do Ratinho* e *Zig Zag Arena*.

O gráfico 5 buscou evidenciar se os pesquisados já assistiram algum Reality Show, 94% afirmaram já ter assistido.

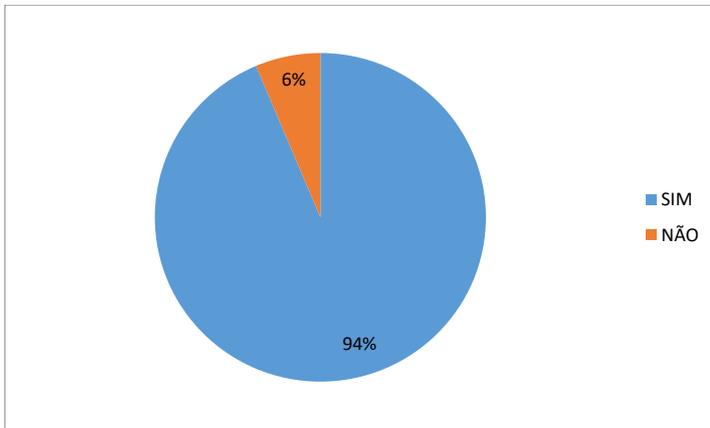


Gráfico 5: Já assistiu a algum Reality Show  
 Fonte: Elaborado pelos autores/2021

Perguntados sobre quais dos reality show listados mais gostavam o grande campeão foi o Big Brother com 60%, seguido pelo The Voice com 24%.

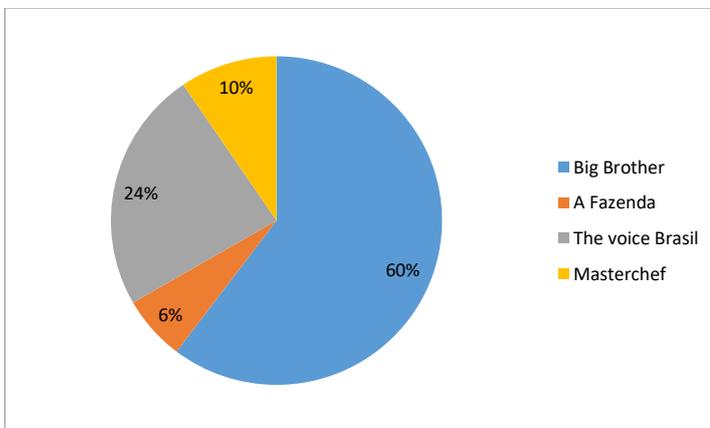


Gráfico 6: Dos reality shows listados qual o que você mais gosta?  
 Fonte: Elaborado pelos autores/2021

Em relação sobre o que os respondentes achavam sobre o programa The Voice Brasil, 59% acham excelente, 30% bom e apenas 11% disseram não se interessar. Conforme descreve o gráfico 07:

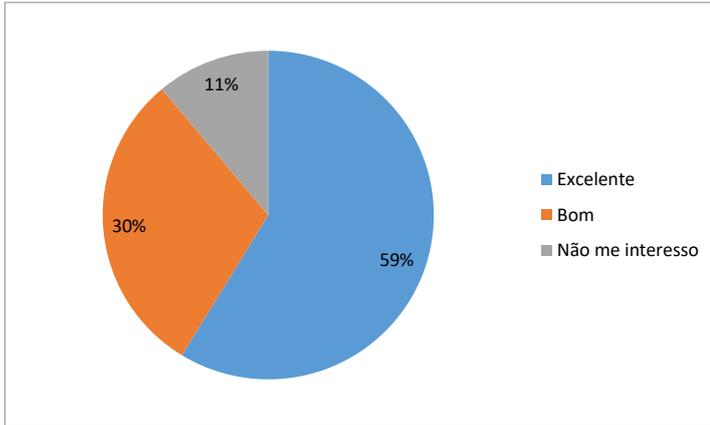


Gráfico 7: O que você acha do The Voice Brasil?  
Fonte: Elaborado pelos autores/2021

O Gráfico 08 buscou a verificação da percepção de quando o artista participa de um programa Reality Show e a maioria com 86% acham que é positiva.

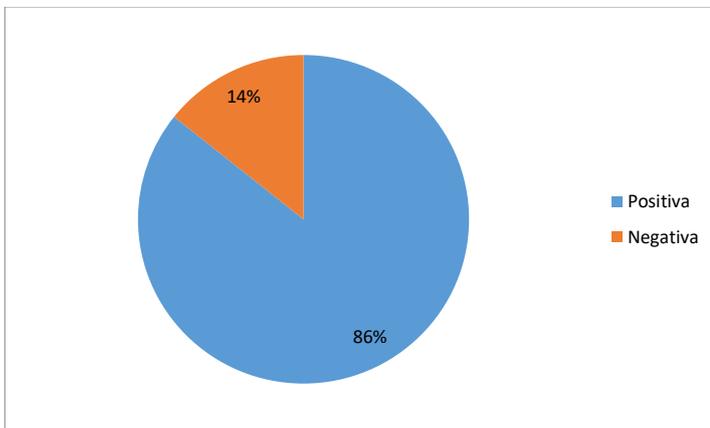


Gráfico 8: Que tipo de percepção o artista passa a ter após participar de um Reality?  
Fonte: Elaborado pelos autores/2021

Em relação a cantora Paula Sanffer, 94% disseram não conhece-la antes do programa. Conforme gráfico a seguir:

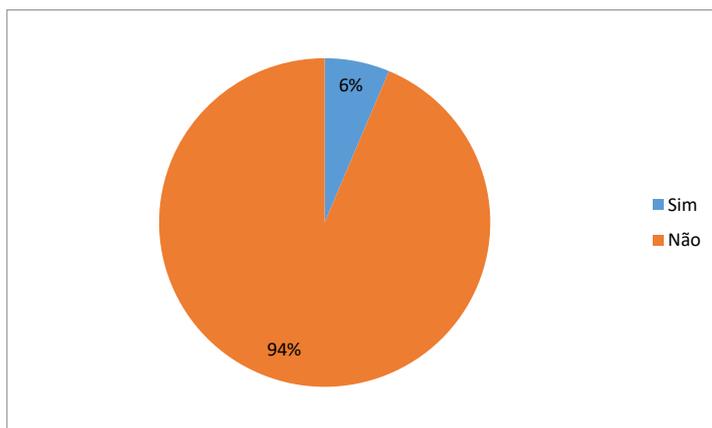


Gráfico 9: Você conhecia a cantora Paula Sanffer?  
Fonte: Elaborado pelos autores/2021

O gráfico 10 buscou saber se os respondentes passaram a conhecer a cantora após o Reality. E isso foi confirmado com 97% das respostas.

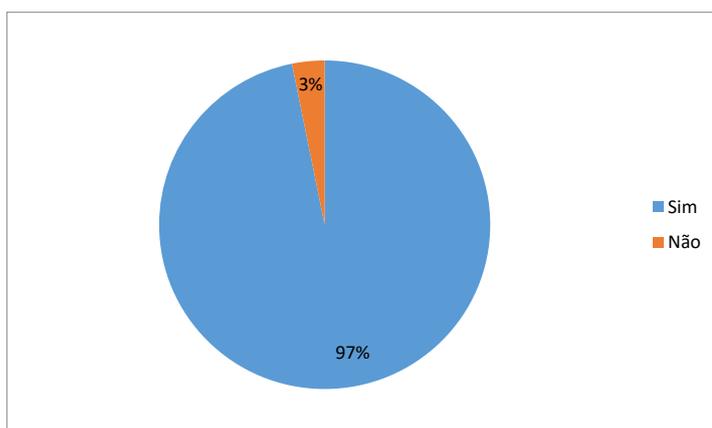


Gráfico 10: Você conheceu a cantora Paula Sanffer após a participação no reality show the voice?  
Fonte: Elaborado pelos autores/2021

Em relação a carreira da cantora, a grande maioria com 98% acreditam que a cantora obteve sucesso após o programa. Conforme o gráfico a seguir:

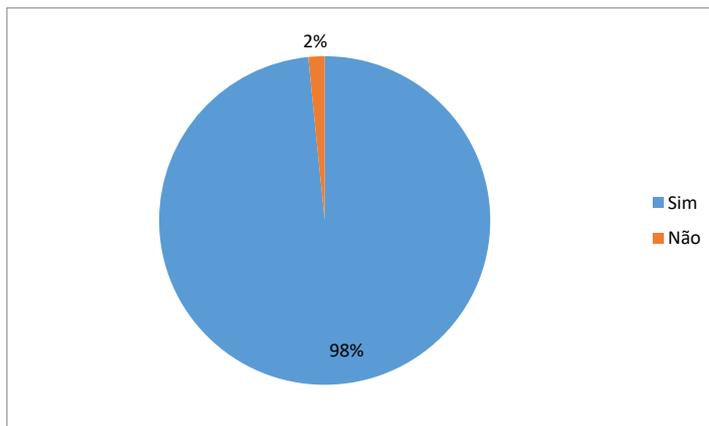


Gráfico 11: A carreira da cantora a cantora Paula Sanffer obteve sucesso após a participação no reality?  
Fonte: Elaborado pelos autores/2021

Complementando a pesquisa segue a transcrição da entrevista com a cantora Paula Sanffer. Foram realizadas 6 perguntas:

1) Origem onde nasceu e se criou?

Nasci em Feira de Santana - Bahia, no bairro Rua Nova.

2) Como a música entrou na vida?

Através dos seus pais sempre tiveram a música muito presente em suas vidas. Sua mãe sempre foi aquela de estar na igreja cantando, e seu pai vivia cantando em algumas serestas. Começou a cantar quando tinha sete anos e a compor aos doze. Vinda de uma família evangélica e cheia de artistas, Paula Sanffer, como é conhecida artisticamente começou a sua carreira na igreja. Autodidata, Paula toca teclado, bateria e violão, este último com mais afinco.

3) O que fazia antes do The Voice?

Eu cantava em barzinhos, cantava em casamentos e prestava serviços em estúdio de gravação, sempre gravou jingles e vinhetas, e também fazia back vocal para alguns artistas, entre eles Tayrone.

4) Qual o impacto do The Voice?

O impacto foi quando entrei no auditório do programa, comecei a cantar e fiquei na expectativa de alguma cadeira virar, ou as quatro cadeiras virarem. Quando aconteceu foi muito mágico. Sabia que mudaria minha vida.

5) O que ela fez após o programa?

Particpei com Carlinhos Brown, do *Sarau do Brown*, além de participar do carnaval de salvador, e logo após recebi o convite para estar a frente de um novo projeto: Mukindala, que por sua vez rendeu o convite para compor a linha de frente de uma das bandas mais conceituadas na Bahia e mundialmente, a Timbalada, onde deu início em 2017.

Nesse período da Timbalada tive oportunidade de ir a vários programas televisivos, como Faustão, e até mesmo o *The Voice*.

6) Como está a vida artística?

Estou no processo de um novo projeto. Gravando um EP pela gravadora de Carlinhos Brown a Candyall Music. Vai ser lançado um clipe daqui a uns três meses. Sonho muito com esse projeto, pois trago músicas autorais nesse EP que muito me representam. Então minha carreira artística esta muito bem.

## 5 O DOCUMENTÁRIO

### 5.1. Estrutura Geral

Este documentário tem como objetivo retratar a vida da cantora Paula Sanffer participante do programa *The Voice Brasil*. O filme documentário tem como título: O Show de Paula Sannfer.

Roteiro literário:

IMAGEM	SOM
<b>Abertura</b>	
<p>O documentário começa com trecho de vídeo em que Paula Sannfer aparece cantando em em praça de Feira de Santana, em 2008.</p> <p>LETTERING: Paula Sannfer - Feira de Santana - BA, 2008</p> <p>Enquanto a imagem de Paula se desfaz no fundo preto surge em o texto:</p> <p>LETTERING: Paula Sannfer começou a cantar quando tinha sete anos e a compor, aos doze.</p> <p>Fotografia dela com a família; cantando em trecho do vídeo na internet "Nova criatura na igreja".</p> <p>FADE OUT</p>	<p>PAULA: "Quando você diz que me quer - Meu coração chora de duvidas - Se realmente quer - Por que não fica comigo? - Dói no coração em saber - Que existe outro alguém com você - Ganhando seus abraços e seus beijos - Quem ama quer estar sempre perto - Quem quer, faz de tudo pra dar certo"</p> <p>NARRAÇÃO OFF: Paula Sannfer começou a cantar quando tinha sete anos e a compor, aos doze. Vinda de uma família evangélica e cheia de artistas, Paula Sanffer, como é conhecida artisticamente começou a sua carreira na igreja.</p>
<b>Situação 1</b>	
<p>LETTERING: O Show de Paula Sannfer</p>	

<p>Fragmentos de mídia antiga; telégrafo; fotografias e rádio antigo.</p> <p>Pessoa ouvindo notícia através da rádio; reportagem em TV; notícia via internet; pessoa navegando nas redes sociais.</p> <p>Reportagens de alguns jornalistas.</p>	<p>NARRAÇÃO OFF: A mídia surgiu nos Estados Unidos no final do século XIX, em função do telégrafo, da fotografia e da rádio...</p> <p>NARRAÇÃO OFF: Com a evolução dos veículos de comunicação, como a televisão e a internet, em especial pelas redes sociais, a mídia exerce um poder influenciador em toda a sociedade...</p> <p>NARRAÇÃO OFF: Os jornalistas estão sempre à espreita, em busca de situações, casos e acontecimentos que se enquadrem na lógica dos pânicos morais.</p>
<p><b>Situação 2</b></p>	
<p>Numa TV antiga, vídeo da internet em preto e branco mostra Paula Sannfer cantando.</p> <p>Mapa antigo de São Paulo; trechos dos programas: Hebe; Chacrinha e Sítio do Pica Pau Amarelo.</p> <p>LETTERING: No Brasil, em 1950.</p> <p>Comercial na TV; galera assistindo e vibrando com jogo de futebol; pessoa dançando com show musical na TV; pessoa olhando diretamente para a câmera.</p> <p>FADE OUT</p> <p>LETTERING: Reality Show</p> <p>Cenas de Reality Shows de diversos lugares.</p>	<p>Som do programa.</p> <p>NARRAÇÃO OFF: No Brasil, a TV teve início comercial em 1950, através da TV Tupi em São Paulo. E os primeiros programas como Hebe, Chacrinha e a primeira versão do Sítio do Pica Pau Amarelo...</p> <p>NARRAÇÃO OFF: A televisão é um veículo de comunicação de massa, capaz de influenciar a vida de muitas pessoas tanto positiva quanto negativa. Com as influências culturais e ideológicas, a sociedade passou a refletir características oriundas da televisão.</p> <p>NARRAÇÃO OFF: Entre os programas de maior audiência na televisão está o Reality Show, programa sem roteiro, que surgiu nos Estados Unidos, em 1973.</p>

<b>Situação 3</b>	
<p>Cena mostra pessoa assistindo e aproxima da TV transmitindo The Voice Brasil 2015 com Tiago Leifert.</p> <p>Cenas do programa mostram os jurados; os participantes; por ultimo participação da Paula Sannfer.</p> <p>Paula Sanfer mobiliza torcida para The Voice em vídeo da internet.</p>	<p>NARRAÇÃO OFF: O The Voice Brasil, um programa de duels musicais que consegue prender o publico pela qualidade dos participantes e das musicas apresentadas.</p> <p>PAULA: “Infelizmente nossa Bahia está em desvantagem, porque aqui é horário de verão. Mas, você pode assistir, pode votar pelo G Show. É só baixar o aplicativo e voltar pra mim. Isso. Eu, Paula Sanffer, que estou representando a minha Bahia, que estou representando a minha cidade de feira de Santana”</p>
<p>Vídeos ou fotos de Paula cantando; Ela no The Voice.</p>	<p>NARRAÇÃO OFF: A baiana de Feira de Santana que cantava em barzinhos e em casamentos, agora estava em um dos maiores palcos musicais do Brasil.</p> <p>Som do vídeo</p>
<p>Trecho de Paula cantado no The Voice antes da semifinal</p> <p>Paula nos bastidores do programa; entrando no palco; cantando; as cadeiras sendo viradas para ela.</p>	<p>NARRAÇÃO OFF: Segundo a cantora, quando entrou no auditório do programa, começou a cantar e ficou naquela expectativa de alguma cadeira virar, ou as quadro cadeiras.</p> <p>Som do programa</p>
<p>Paulo vibrando com a aceitação dos jurados. Gráfico animado da pesquisa.</p>	<p>Em uma pesquisa realiza com 63 pessoas, 97% delas disseram que conheceu a Paula Sannfer através do The Voice.</p> <p>PAULA: “Quero agradecer a minha Bahia, a minha cidade de feira de</p>

<p>Vídeo da internet onde Paula Sanffer agradece ao público baiano pela torcida no primeiro dia de batalhas.</p>	<p>Santana e a todos que estão torcendo por mim. Quero dizer oh, uffa, deu certo, mais uma etapa vencida, e Deus no comando sempre”</p>
<p><b>Encerramento</b></p>	
<p>Cenas de Paula Sanffer e Junior Lord na Semifinal do The Voice.</p> <p>Imagens de Paula com Brown, no carnaval de salvador e no projeto Mukindala, da Timbalada.</p> <p>Cenas de Paula tocando violão; no estúdio de gravação.</p> <p>O filme termina com trecho de Paula cantando no The Voice.</p> <p>FADE OUT</p> <p>Créditos finais.</p>	<p>NARRAÇÃO OFF: Paula Sanffer chegou até a semifinal do The Voice Brasil 2015. Foi uma bela participação. Em entrevista ela contou que o programa contribuiu muito com sua carreira.</p> <p>NARRAÇÃO OFF: Após o The Voice, Paula fez participação musical com Carlinhos Brown, no Sarau do Brown, no carnaval de salvador e no projeto Mukindala, da Timbalada, em 2017.</p> <p>NARRAÇÃO OFF: A cantora baiana, está gravando um EP pela gravadora de Carlinhos Brown a Candyall Music.</p> <p>Som do vídeo</p>

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

De um modo geral, a televisão e a mídia mudaram a forma de agir e pensar da sociedade. Com a expansão dos programas de televisão e a dependência social surge a necessidade de criar programas que fidelizem seus espectadores. Essa pesquisa buscou evidenciar como a visibilidade midiática através dos programas de televisão influenciam na carreira dos artistas, em especial evidenciando a trajetória da cantora feirense Paula Sanffer.

Fica evidenciado o poder da televisão no dia a dia da população onde apenas 5% dos pesquisados informaram que não assistem TV. Além disso, fica comprovada através da pesquisa que a mídia consegue abranger os mais diversos ambientes, em especial quando cria programas intitulados *Reality Show*.

Apesar da maioria dos respondentes assistirem muito novelas, em sua maioria assistiram programas do estilo de *Reality Show*. Eles denominaram como o grande *Reality* o *Big Brother Brasil* que é líder de audiência em todas as suas apresentações. No entanto, ilustraram que o programa *The Voice* também é importante na TV e que agrega muito para os telespectadores.

Na pesquisa 94% dos respondentes declaram ter assistido algum tipo de reality, demonstrando que esse tipo de programa é prestigiado pelos telespectadores.

O programa *The Voice* é visto como um impulsionador na carreira do artista, como é o caso da entrevistada a cantora Paula Sanffer. Em sua entrevista ela relata que a carreira foi impulsionada pela participação no *Reality* e que continua gerando bons frutos. Segundo dados da pesquisa antes do programa a maioria dos entrevistados não conheciam a cantora, demonstrando que é eficaz a visibilidade midiática produzida pelos programas de televisão.

Esta pesquisa conseguiu cumprir seus objetivos demonstrado que a visibilidade midiática é importante para a vida dos artistas e que muitas vezes a participação em programas de televisão acabam possibilitando novos horizontes.

Sugerem-se novos estudos que contribuam para a ampliação do tema, que como esta pesquisa, confirme que a visibilidade midiática é imprescindível para a carreira de um artista.

## REFERENCIAS

BARROS, A. T; LEMOS, C. R. F. Política, pânico moral e mídia: controvérsias sobre os embargos infringentes do escândalo do Mensalão. OPINIÃO PÚBLICA, Campinas, vol. 24, nº 2, maio-agosto, 2018. **Acesso em: 17 out. 2021**

BARROS, Amanda Aparecida Silva. **A Televisão como mídia sócio-cultural**. VI Enecult – Encontro de estudos multidisciplinares em cultura. FACOM (UFBA). Salvador, 2010.

BARROS, Antônio Teixeira de; LEMOS, Cláudia Regina Fonseca. **Política, pânico moral e mídia: controvérsias sobre os embargos infringentes do escândalo do Mensalão**. OPINIÃO PÚBLICA, Campinas, vol. 24, nº 2, maio-agosto, 2018.

BECKER, Valdecir; GAMBARO, Daniel and SOUZA FILHO, Guido Lemos. **O impacto das mídias digitais na televisão brasileira: queda da audiência e aumento do faturamento**.

Disponível em:

<https://palavraclave.unisabana.edu.co/index.php/palavraclave/article/view/4753/pdf>

Acesso em: 15 out. 2021

BORDENAVE, Juan E. Dias. **O que é comunicação**. São Paulo: Brasiliense, 2011.

CÂMARA, Juliana de Azevedo Santa Rosa. Sistema penal e mídia: breves linhas sobre uma relação conflituosa. Revista Esmese – Escola Superior da Magistratura de Sergipe, Aracaju/SE, n. 17, 2012. Disponível em:

<http://www.diario.tjse.jus.br/revistaesmese/revistas/17.pdf>. Acesso em: 17 out. 2021

CASHMORE, Ellis. **E a televisão se fez!** São Paulo: Summus, 1998.

Correia, C. M., & Porto Junior, F. G. R. (2020). CULTURA E TELEVISÃO: NOTAS SOBREA INFLUENCIA DA MÍDIA TELEVISIVA. *Aturá - Revista Pan-Amazônica De Comunicação*, 4(2), 80-101. Disponível em: <https://doi.org/10.20873/uft.2526-8031.2020v4n2p80>. Acesso em: 25 out. 2021.

FANTELLI, F. C. O jovem brasileiro e os Reality Shows. Disponível em:

[https://hosting.iar.unicamp.br/disciplinas/CS101\\_2010/artigo.fernanda.pdf](https://hosting.iar.unicamp.br/disciplinas/CS101_2010/artigo.fernanda.pdf)

GALVÃO, Lúcia Maria N. M. da Rocha; DUCA, Débora César de A. Cavalcanti. A modernização em programas televisivos de relacionamento e o comportamento juvenil na perspectiva do comportamento consumidor. Disponível em:

<http://www.mercatus.escolademarketing.com.br/index%20.php/revista/article/view/7/12>. Acesso em: 01 de out. de 2021.

GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de pesquisa social**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GIL, Antonio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. 4. Ed. São Paulo: Atlas, 2002.

JAPIASSU, M.A.M.S. Disponível em: <https://monografias.brasilescola.uol.com.br/administracao-financas/televisao-midia.htm> Acesso em: 10 out. 2021.

JESUS, J. T.; RESENDE, V.L. A Televisão e sua influência como meio: uma breve historiografia Disponível em: <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/9o-encontro-2013/artigos/gt-historia-da-midia-audiovisual-e-visual/a-televisao-e-sua-influencia-como-meio-uma-breve-historiografia>. Acesso em: 01 de out. de 2021.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. de A. **Metodologia Científica**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2006.

MACHADO, C. Pânico moral: para uma revisão do conceito. *Interações*, vol. 4, n°

MENDONÇA, Fernanda Graebin. A (má) influência da mídia nas decisões pelo tribunal do Júri. 2º Congresso Internacional de Direito e Contemporaneidade. ISSN 2238-9121. jun/ 2013. UFSM – Universidade Federal de Santa Maria. Disponível em: <http://coral.ufsm.br/congressodireito/anais/2013/3-6.pdf>. Acesso em: 18 out. 2021.

MENEZES, Paulo. *Representificação* As relações (im)possíveis entre cinema documental e conhecimento, in *RBCS Vol. 18 nº. 51 fevereiro/2003*. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/%0D/rbcso/v18n51/15987.pdf>. Acesso em 23 de out 2021

METZ, Winifred Fordham. **How Reality TV Works**. 2007. Disponível em: <http://electronics.howstuffworks.com/reality-tv.htm> . Acesso em: 17 out. 2021

MUANIS, Felipe de Castro. A pior televisão é melhor que nenhuma televisão. **Matrizes**, São Paulo, v. 9, n. 1, 87-101, jan./jun. 2015. ISSN: 1982-8160. DOI: <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v9i1p87-101>. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/100675>>. Acesso em: 20 out. 2021.

NICHOLS, Bill. *Introdução ao documentário*. São Paulo: Papirus, 2005.

NICHOLS, Bill (2012). *Introdução ao documentário*. Col: Campo Imagético 5 ed. São Paulo: Papirus. p. 96

OLIVEIRA, M.G.; MARQUES, E.F. **O documentário e suas especificidades**. 2016. Disponível em: <https://www.anais.ueg.br/index.php/cepe/article/view/8176/5613>. Acesso em: 22 nov. 2021

PUCINI, Sérgio (2009). Roteiro de Documentário. Da pré-produção à pós produção. Col: Coleção Campo Imagético 2 ed. São Paulo: Papirus. p. 15.

PUREPEOPLE. 2021. Disponível em: [https://www.purepeople.com.br/famosos/the-voice-brasil\\_p3211](https://www.purepeople.com.br/famosos/the-voice-brasil_p3211) Acessado em: 20 out. 2021.

RAMOS, Fernão Pessoa. Mas afinal... O que é mesmo documentário? São Paulo: SENAC, 2008.

RAMOS, Fernão Pessoa (org). *Teoria Contemporânea do Cinema – Documentário e narrativa ficcional*. Volume II. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2005.

SILVA, J.N; ALVES, A.S. Ator Social e Personagem e suas Implicações no Documentário. 2011 Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-2459-1.pdf> . Acesso em: 22 nov. 2021

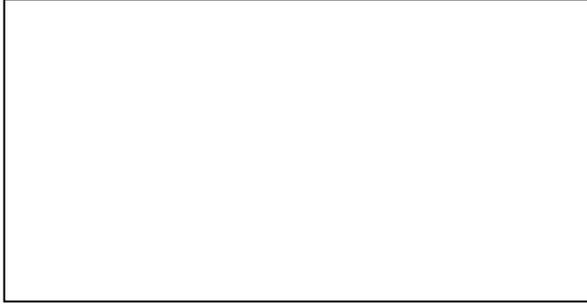
SCHÖTTKER, Detlev. Comentários sobre Benjamin e a obra de arte. In: BENJAMIN, W.; SCHÖTTKER, D.; BUCK-MORSS, S.; HANSEN, M. **Benjamin e a obra de arte** Técnica, imagem, percepção. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012. p. 41-154.

SOUZA, Joyce Bezerra De et al.. **Reality show: corroborador na constituição e propagação de valores sobre o gênero feminino**. Anais I CONEDU... Campina Grande: Realize Editora, 2014. Disponível em: <<https://www.editorarealize.com.br/index.php/artigo/visualizar/7874>>. Acesso em: 01/11/2021

UOL, 2020. Disponível em: <https://tab.uol.com.br/noticias/redacao/2020/09/26/a-fazenda-bbb-masterchef-por-que-brasileiro-gosta-tanto-de-reality-show.htm?cmpid=copiaecola>

VIANA, Nildo. *Cinema e mensagem: análise e assimilação*/ Nildo Viana; Porto Alegre. RS: Asterisco, 2012

## ANEXOS



Anexo 1: Paula no show em Salvador

## APÊNDICES

Prezado (a) participante,  
Este questionário será utilizado para uma pesquisa acadêmica e não se faz necessário a sua identificação pessoal.

Você levará em média 5 *minutos* para responder ao questionário.

1. Qual a seu gênero ?

- Masculino
- Feminino
- Outros
- Prefiro não opinar

2. Qual a sua idade?

- Entre 18 e 25 anos
- Entre 26 e 35 anos
- Entre 36 e 48 anos
- Acima de 48 anos

3. Com que frequência assiste programas de TV?

- Sempre
- Às vezes
- Nunca

4. Qual o tipo de programa predileto? (Obs: Escolha ate duas opções)

- Musica
- Esporte
- Noticiário
- Novela
- Filmes

5. Qual o seu programa predileto?

---

6. Qual o programa que menos gostou?

---

7. Você já assistiu algum reality show?

( ) Sim

( ) Não

8. Dos reality show listados qual o que você mais gosta?

( ) Big Brother

( ) A Fazenda

( ) The voice Brasil

( ) Masterchef

9. O que você acha do The Voice Brasil?

( ) Excelente

( ) Bom

( ) Não me interessa

10. Que tipo de percepção o artista passa a ter após participar do reality?

( ) Positiva

( ) Negativa

11. Você conhecia a cantora Paula Sanffer?

( ) Sim

( ) Não

12. Você conheceu a cantora Paula Sanffer após a participação no reality show the voice?

( ) Sim

( ) Não

13. Você acredita que a carreira da cantora a cantora Paula Sanffer obteve sucesso após a participação no reality?

( ) Sim

( ) Não

Entrevista com Paula Sanffer composta pelas seguintes perguntas:

- 1) Origem onde nasceu e se criou?
- 2) Como a música entrou na vida?
- 3) O que fazia antes do The Voice?
- 4) Qual o impacto do The Voice?
- 5) O que ela fez após o programa?
- 6) Como está a vida artística?