

RESENHA

Sobre o fim da televisão?

Patrícia AZAMBUJA⁶⁷

RESENHA

CARLÓN, Mario e FECHINE, Yvana (org.). **O fim da televisão**. Universidade Federal de Pernambuco: Editora UFPE. 2014.

O título sugestivo do livro organizado pelo pesquisador argentino Mario Carlón e pela professora do Departamento de Comunicação Social da UFPE, Yvana Fechine, parece, mais uma vez, retomar o profético campo das previsões sobre o futuro dos meios de comunicação. A bola da vez não poderia ser outra, a televisão.

Para os autores, a coletânea retoma o tema com o objetivo original e oportuno de difundir através da língua portuguesa algumas ideias de estudiosos representantes do que chamaram de “pensamento latino-americano sobre o meio” (p.7). De forma a enriquecer as discussões, esse cenário internacional de debate nos apresenta alguns dos principais contrapontos e/ou visões convergentes que envolvem a corrente anglo-saxã que prenuncia, desde 1981, com o ensaio *A Terceira Onda* de Alvin Toffler, o declínio dos meios massivos de comunicação.

O livro foi concebido como uma espécie de “mesa redonda” entre os participantes, um encontro que presencialmente nunca ocorreu, até porque os autores nunca estiveram todos ao mesmo tempo em um mesmo evento. Mesmo assim, o debate aconteceu de outros modos e ganhou corpo como coletivo de pensamentos. Nesse debate, observa-se - assim como ocorre de modo mais geral no cenário internacional - ao menos duas correntes de pensamento a partir das quais esse momento de transição da televisão vem sendo interpretado: uma delas sustenta

67 Doutora em Psicologia Social pela UERJ, mestre em Artes Visuais pela UNESP e graduada em Comunicação Social pela UFMA, atualmente, é professora Adjunta da Universidade Federal do Maranhão com experiência na área de comunicação, com ênfase nos seguintes temas: artes visuais, interfaces gráficas e narrativas hipermidiáticas. Também é coordenadora do projeto de pesquisa “Comunicação Expandida: entre mudanças de comportamento e a possibilidade de novas produções” e Bolsista de Produtividade - financiamento FAPEMA

a ideia que a televisão não está nem morta e nem morrendo, a outra, que a TV como conhecíamos já tem seus dias contados (p.8).

As principais referências utilizadas são: *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate* (CARLÓN, Mario e SCOLARI, Carlos Alberto), reeditado em 2014 pela editora argentina La Crujía, com o título *El fin de los medios masivos. El debate continúa*; e *TVMORFOSIS, la televisión abierta hacia la sociedad de redes* (OROZCO, Guillermo), livro publicado no México, em 2012.

Já nos primeiros artigos percebe-se esta como uma discussão pouco consensual. Para Mario Carlón, no artigo *Repensando os debates anglo-saxões e latino-americanos sobre o “fim da televisão”*, a grande parte dos pesquisados partem de diferentes perspectivas teóricas (Estudos Culturais, perspectiva McLuhaniana ou Semiótica dos Meios da América Latina), por isso, propõe um panorama esquemático nitidamente polarizado, no sentido de organizar um quadro útil para o cenário geral (p.13). Em meio a opiniões que sugerem que a televisão da década de 60/70 está morrendo e/ou mudando de fase (da escassez às infinitas opções), o autor destaca o debate na América Latina, impulsionado por Eliseo Verón (2009), que situa três eixos centrais: “o fim da programação, a crise da televisão como meio e o novo papel do espectador” (p.15). De certo que algumas dessas mudanças já vinham sendo sinalizadas pela ampliação do uso do videocassete, do controle remoto e da pré-programação, distanciando o tempo da oferta do tempo de consumo (p.16). Por outro lado, essa flexibilização do tempo de acesso já anunciava questões na forma e na recepção: da escassez na oferta e na quantidade de aparelhos receptores à explosão, principalmente nos EUA, em caminho contrário: “em nossa sociedade, as pessoas têm gostos diferentes e realizam (por causa do seu pertencimento identitário a diferentes grupos sociais) sempre que podem, escolhas diferentes (esse fenômeno está explodindo nas moradias na medida em que as telas se multiplicam e cada um pode escolher o que ver” (p.17).

Mario Carlón pondera em torno das aparentes distinções entre o que seria um novo ciclo para o mesmo objeto, e a finalização de uma era. Neste fato instaura-se a dificuldade do debate, consequência dos diferentes conceitos e interpretações dos processos históricos utilizados como referência no entendimento do contexto televisivo. Para o pesquisador, “encontramos no final de um período mais que uma nova fase” (p.17).

Em sentido geral, os textos que seguem organizados nesta coletânea articulam suas ideias (nem sempre consensuais) levando em consideração um ponto comum: certos tipos de televisão perduram, e o que inquieta é o entendimento sobre os caminhos a serem seguidos. Carlón avalia na fase pós-TV (com principal sintoma tem a descentralização do canal emissor no fenômeno que chama televisão expandida), que por mais enfraquecida que esteja sua vigência como programadora da vida social (experiência espectral única a partir da transmissão ao vivo), parte de suas características mais conservadoras muito possivelmente sobreviverá a qualquer nova fase, ou qualquer novo suporte.

Carlos Scolari - *This is the end: as intermináveis discussões sobre o fim da televisão* -, que considera a televisão “a experiência comunicacional mais marcante do século XX” (p.39), sustenta a necessidade de articulação entre suporte e prática social, e a aparente crise do modelo *broadcasting* não tem poder de decretar o seu fim como linguagem e dispositivo. No sentido de escapar das armadilhas do prefixo *pós-*, sugere o conceito *hipertelevisão* para definir uma “configuração específica da rede sociotécnica em torno do meio televisivo [...] Os programas da *hipertelevisão* adaptam-se a um ecossistema midiático no qual as redes e interações ocupam um lugar privilegiado e adotam algumas das características relevantes das ‘novas mídias’” (p.45). Entre elas: multiplicação de programas narrativos, fragmentação da tela, aceleração da história, narrativas em tempo real (ou gravado e distribuído sob demanda), histórias não-sequenciais e expansão narrativa. Para Scolari, essas características exigem que o telespectador disponha de “todas as suas competências narrativas, perceptivas e cognitivas para interpretar um produto textual cada vez mais atomizado, multitela, transmídia, carregado de personagens que conduzem uma complexa trama de programas narrativos” (p.50).

Com o foco na recepção, Arlindo Machado e Marta Lucía Vélez discorrem sobre o *Fim da televisão* e focam em dois caminhos aparentemente contraditórios, duas modalidades de espectadores: os *espectadores* passivos e os *interatores*. Os autores seguem analisando perspectivas da cultura da convergência, discutida por Henry Jenkins (2008), no sentido de identificar várias experiências nesse campo: *transmedia storytelling* é “uma narrativa que se passa em vários meios diferentes ao mesmo tempo, sem que um meio repita o outro” (p.61). Para Machado e Vélez, a televisão na era da internet é feita para ser discutida, dissecada, debatida, prevista e criticada. No entanto, às vezes, “parece que a televisão apenas mimetiza o *design* da internet, mas não a sua linguagem, o seu modo de operação” (p.75). Programas como *Lost*, por exemplo, prometeram mudanças profundas na forma de produzir e consumir

televisão. “Resta saber se os outros programas vão segui-lo e, preferencialmente, superá-lo. Resta saber, enfim, até quando a televisão tal como a conhecemos vai continuar e em que momento as pressões por mudanças serão tão fortes que a questão se restringirá a mudar ou morrer” (p.75).

Por outra ótica, Toby Miller, em *O agora e futuro da televisão*, o uso da internet como um potente dispositivo de marketing para a televisão impulsiona a ideia deste meio como cenário confiável para os anunciantes financiadores dos conteúdos produzidos, visto que a fragmentação da audiência aproxima o anunciante do seu nicho específico. O que já demonstra a dificuldade em encontrar soluções únicas para a grande questão postulada de início. Miller sai em defesa da televisão como dispositivo. “Em 2008, havia 1,1 bilhão de aparelhos de televisão em todo mundo, dos quais 43% recebiam sinal aberto e 38% sinal por cabo (“World”, de 2009). A televisão é mais diversificada, difusa, popular, poderosa e inovadora do que nunca. Nossos brilhantes e novos televisores de tela plana serão destronados se a nova geração Sony, Samsung, LG, Toshiba, Sharp e Panasonic com *streaming* de filmes e *widgets* do Yahoo!/Intel para se conectar à internet com informações sobre o clima e as finanças, ou reprodutores *Blue-Ray* com acesso à internet decolarem” (p.83).

Todas essas descrições sobre o futuro da televisão, de alguma forma, passam pelo que Guillermo Orozco elabora em *Televisão: causa e efeito em si mesma*. Para o pesquisador mexicano, buscamos identificar não o futuro, mas os “futuros”, pois são muitas questões interconectadas, não apenas porque a TV está interligada a elas, “mas porque ela mesma é ‘muitas coisas ao mesmo tempo’ [...] A TV é uma instituição social, pública ou privada, e uma indústria cultural, bem como um dispositivo de geração e distribuição de imagens, informação e publicidade, o que a faz um instrumento de mercado altamente cobiçado” (p.96-97). Orozco propõe pela perspectiva dos Estudos Culturais compreender a televisão a partir dos seus aspectos socioculturais, partindo de uma questão técnica, a de que as telas se multiplicam para fora das casas, institui-se daí um novo sujeito espectador, o que significa “uma mudança substancial em nossas maneiras de ‘estar e ser’ na vida cotidiana e, especialmente, em nossos modos de ver e acreditar na realidade por meio da sua representação na tela” (p.98). É a partir dessa dimensão que o autor identifica mudanças substanciais, de “um novo ‘contrato’ social, nesse caso, um contrato televisivo frente às diferentes telas do presente e no futuro” (p.99). Para Orozco, o fenômeno televisivo estrutura-se em um espaço de negociação entre tela e público, o que estabelece um tipo de

reconhecimento mútuo entre a expressão audiovisual (sua gramática) e as situações de uso desta. “E seria uma mudança nessa dimensão que poderia significar não propriamente um ‘fim da TV’, mas o início de outro contrato televisivo paralelo e, especialmente, o surgimento de outros tipos de reconhecimento e comportamento do público televisivo em cenários digitais” (p.101).

De qualquer forma a televisão se estabeleceu como “o epicentro do audiovisual” (p.102), e muito se discutiu em relação às formas de experimentação do real, da sua descentralização como tela dominante, novos formatos que surgem etc., e juntando a essa efervescência, Orozco destaca “as narrativas transmídias (SCOLARI, 2003) e as criações *fanfiction* dos espectadores (JENKINS, 2008)”, a partir das quais o conteúdo produzido para TV procura expandir-se, como experiências capazes de atingir múltiplas telas, formatos e condições de recepção. Assim, vivencia-se hoje uma situação “bipolar. Coexistem antigas e novas audiências, velhos e novos contratos televisivos, assim como formas novas e antigas de assumir os novos reconhecimentos mútuos entre a TV e o público” (p.107). O autor destaca que, inevitavelmente, tendências opostas coexistirão e que a TV, de uma forma ou de outra, segue mais viva que nunca, apesar dos muitos desafios encontrados.

A partir dos tópicos já elaborados pelos demais autores, Yvana Fachine, em *Elogio à programação: repensando a televisão que não desapareceu*, discute, fundamentalmente, uma linha que torne possível descrever menos os conteúdos que circulam e mais a “vivência cotidiana com a televisão como fenômeno cultural” (p.116). Assim, a pesquisadora procura compreender as experiências de fruição experimentadas em relação às sensibilidades e hábitos relacionados às rotinas com a televisão. “Como se dá tal processo que resulta, então, na construção de um hábito? Basicamente, pela descoberta de um gosto pelo gozo da fruição ou o ‘gosto da fruição’: fruição na qual se renova o gosto do sujeito pelo objeto; gosto que se produz justamente *no* e *pelo* reiterado contato de um com o outro” (p.120). Nesse sentido, Fachine retoma a discussão sobre a grade de programação - como esse arranjo contínuo de conteúdos que se repetem ao longo dos dias da semana - e destaca um evidente conforto para essa cotidianidade regular. “Silverstone (1996) já havia chamado a atenção para esse importante papel da TV na construção desse sentimento de ‘sentir-se em casa’ [...] descreve o lar como produto de nosso compromisso prático e emocional com um determinado espaço” (p.123). Portanto, sendo a TV um desses vínculos articuladores das práticas cotidianas e domésticas, aparece também como componente estruturador de familiaridades, hábitos,

conforto e, fundamentalmente, o que a autora destacou como “uma experiência comum de ver TV” (p.124). Esse efeito de comunicação direta, presente também na transmissão ao vivo da televisão, transforma o meio em um poderoso instrumento de integração social, numa “escala mais individual, esse efeito de encontro corresponde ao sentimento de ‘ver junto’ e, como consequência, um ‘estar com’ e um ‘sentir-se junto’ que se manifesta, sobretudo, nas coberturas ao vivo de eventos especiais” (p.125).

Essa estrutura, que sustenta a possibilidade do espectador dos fluxos midiáticos sentir-se parte de um mesmo corpo social, através da simultaneidade entre produção e recepção, transforma a televisão, a partir da multiplicação da telas, “mais que nunca em lugar de interação” (127). A autora cita como exemplo a transmissão dos jogos da copa do mundo, como esse momento de sentir-se junto tão somente pela experiência de compartilhar simultaneamente conteúdos televisionados. Uma experiência que ganha nova dimensão pelo uso crescente de redes sociais digitais, o que por outro lado apenas potencializa “o que sempre foi uma das propriedades fundamentais da lógica da grade direta de programação: o compartilhamento de conteúdo” (p.128). Para Yvana Fachine, portanto, as novas práticas difundidas a partir da digitalização e da convergência entre mídias não são ameaças, pelo contrário, reforçam o consumo através da grade de programação, pois ampliam o sentimento de “estar conectado” e a possibilidade de intervenção dos telespectadores nos programas ao vivo. “A aposta da centralidade da grade na nossa experiência com a TV é também o que orienta o desenvolvimento dos chamados conteúdos de ‘segunda tela’ sincronizados com a programação. Concebidos, sobretudo, para *tablets* e *smartphones* (considerados, neste caso, como tela auxiliares a da TV), eles funcionam como conteúdos complementares aos programas ofertados na grade (informações adicionais, por exemplo)” (p.129).

Enfim, as conclusões possíveis ao final da leitura dos diversos artigos na coletânea, certamente, não terão uma única configuração. Isso porque, sob o viés dos diferentes ângulos histórico/ conceituais, os pesquisadores não decretam um fim, mesmo quando o assunto diz respeito à mais antiga conformação televisiva: a grade de programação. Em linhas gerais, cada um a sua maneira considera inviável para este momento instituir verdades absolutas ou definitivas (p.7). E se há algum acordo entre as partes que envolvem esse mosaico de opiniões detém-se à importância de analisar mudanças históricas, tecnológicas, formas de produção e consumo, e assim buscar compreender novos comportamentos para diagnosticar possíveis novas estratégias frente às múltiplas possibilidades descritas.