

OS NOVOS OLHARES PARA A TELEVISÃO

Talita Lima Chechin Camacho ARREBOLA¹

FERREIRA, Soraya. **A televisão em tempos de convergência**. Juiz de Fora, MG: Editora UFJF, 2014.

O livro “A televisão em tempos de convergência”, escrito pela professora Dra. Soraya Ferreira, lançado em 2014, pela editora UFJF, apresenta uma reflexão sobre como a televisão é influenciada pela constante renovação tecnológica em sua dinâmica produtiva. Traz também uma análise da introdução das novas tecnologias e dos processos de comunicação nas emissoras mineiras TV Alterosa, TV Assembleia, TV Integração, e Rede Minas.

O livro é subdividido em capítulos denominados “A expansão da TV Panorama e as mudanças na linguagem para enfrentar a convergência”; “A convergência nas TVs públicas e comerciais da Zona da Mata Mineira e de Belo Horizonte”; “Mudanças no conteúdo dos portais das TVs nacionais, dos canais abertos e fechados” e “Repetição e reconfigurações estéticas”.

Em seu capítulo inicial, aborda as transformações de linguagem que a TV sofreu na produção de seu conteúdo jornalístico, procurando saber quais são os elementos responsáveis por produzir laços sociais e de identificações com a audiência. Na sequência, o segundo capítulo destaca as transformações na dinâmica de produção televisiva e as repercussões da inserção tecnológica, tanto no mercado de trabalho jornalístico quanto na sociedade.

Já no terceiro capítulo apresenta uma análise sobre como as narrativas televisivas estão sendo configuradas com a introdução das novas tecnologias e a convergência midiática, com a implantação de portais na *internet* e redes sociais. E para encerrar o livro, uma reflexão sobre a reconfiguração na organização da programação televisiva.

¹Mestre pelo Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo - PUC/SP (2018). Graduada em Comunicação Social - Jornalismo, pela Universidade Estadual de Londrina - UEL (2016) e em Educação Física pela Universidade Norte do Paraná (2007), especialista em Metodologia do Ensino superior (2008), pela Unopar, especialista em Acupuntura (2012) pelo IBRATE - Londrina.



Vale destacar que, no transcorrer do texto, a autora discute sobre o papel que a televisão desempenhou durante mais de 50 anos de história nacional, possibilitando a compreensão dos processos de relação entre audiência e mídia. A TV manteve um caráter educativo, orientador, de entretenimento e informativo que lhe imprimiu fortes marcas culturais, ao longo desse tempo.

As mudanças que a TV apresentou transformaram o modo de compreendê-la e analisá-la. No período inicial, a produção e transmissão eram basicamente ao vivo; na sequência, nos anos 1960, foi a fase do *videotape*, que possibilitou a criação da grade de programação; depois, com o advento dos satélites, surgem as redes de TV; e, finalmente, emerge a TV segmentada, a cabo, paga, trazendo outras opções de programas e um *menu* variado para os telespectadores. Na década de 1990, ocorre o avanço da *internet*, que conquista o público e, aos poucos, acontecem mudanças nos hábitos de produção e consumo. E em 2007, é lançada no Brasil a TV digital, que vai sendo, gradativamente, implantada no mercado (FERREIRA, 2014).

Com todas essas transformações, muitos estudiosos acreditavam que o mundo caminharia para um momento de pós-televisão, no entanto, a hibridização das formas midiáticas reestruturaram sua linguagem e as mediações convencionais, ao ponto de estabelecerem diferentes maneiras de percepção. O que leva a TV a não ignorar o processo de convergência recente, mas introduzir, em sua produção, novas tecnologias que alteram as relações com a audiência.

O uso da *internet* e das mídias sociais transformaram o sentido de percepção dos telespectadores em relação à TV, que passaram de uma posição de meros espectadores a membros do processo de produção. A partir do século XX, a imagem pode se condicionar como dominante, graças à revolução tecnológica. Ferreira (2014) aponta para o momento de ascensão da tecnovisão, que continua em evidência.

As mídias sociais abrem espaço às vozes que criam diálogo do público com a TV e do público com o próprio público. Isso ocorre a partir do momento em que a TV serve de interferência para uma aproximação com seus usuários, que, ao se verem expostos no suporte televisivo, acabam criando laços de identidade por se sentirem vinculados de algum modo, graças à TV que consegue aproximar produtores e receptores.

Com isso, em tempos de transição tecnológica, não apenas as redes são diretamente afetadas, mas também a audiência e os profissionais envolvidos. Ferreira



entende que a efervescência do meio econômico e social, acarretado pelas novas tecnologias, modificam a organização dos meios de comunicação. Mas, o importante é compreender que essa dinâmica produtiva altera as relações e hábitos entre o setor empregatício, o público e a audiência.

Uma importante transformação ocorrida em programas de televisão é o processo de digitalização, pois o telespectador tem a opção de “baixar” e ver seu programa no horário que achar melhor, independente do horário e da programação. Talvez, nessa fase de transformações, o desafio seja disputar a atenção do “novo” telespectador que se constitui como agente de desenvolvimento e integração. Este, por sua vez, não somente influencia o padrão de consumo, as crenças e visões da realidade, como também cria e propõe hábitos culturais e gera repertórios comuns que são compartilhados socialmente.

Segundo Ferreira (2014), ao se analisarem os sentidos da comunicação no telejornal, constroem-se laços à medida que o programa traduz os signos naturais e os fenômenos em algo, a princípio imaterial e estético, o qual passa a alavancar o controle da narrativa verbal: imagem, som e falas, organizados de forma específica, que movimentam e propiciam os significados vivenciados no vídeo.

Dessa maneira, os modos de produção, organização e veiculação dos programas telejornalísticos podem produzir contextos sociais capazes de gerar processos significantes para o telespectador, como também formas de identificação e reconhecimento do que é apresentado na tela.

Assim, na junção de vários elementos constitutivos da linguagem televisiva, o público considera-se parte da representação noticiosa emitida pelo telejornal e enxerga-se como sujeito participante da própria produção jornalística e da realidade apresentada na tela. A mídia televisiva se reorganiza e acaba também inspirando a sociedade, além de ser influenciada pelo aspecto da convergência tecnológica, pois é parte do processo produtivo.

Esse cenário da convergência dos meios de comunicação possibilita a inserção das linguagens eletrônicas nos sistemas de multiplataformas e tem levado a televisão a movimentar-se no sentido de não apenas propor mudanças nos produtores de conteúdo das emissoras, mas também criar possibilidades para que o espectador seja agente no processo.

Antes, o telespectador era um receptor, hoje é convidado a participar das narrativas e a se deslocar do lugar confortável, dominado pela passividade, para ser um



usuário de sistema de mídia, um “interator”, caso tenha a possibilidade de atuar e criar no espaço virtual.

Com isso, as matrizes de linguagens verbais, sonoras e visuais interagem; levam ao surgimento do que se chama hipermídia, em que imagens e textos deslocam-se de seus contextos, tendo como base a digitalização. Ferreira (2014) busca, ainda, entender as fronteiras estéticas e os reflexos nos contextos socioculturais concebidos nessas narrativas, linguagens, textos que aparecem borradas, misturadas e hibridizadas.

Os programas devem ter força suficiente para que, sozinhos, mantenham a programação “no ar”, dissociada de uma grade horária rígida e verticalizada; talvez, nesse perfil, a repetição possa ser uma forte característica dessa mídia, uma vez que existem muitos códigos, mensagens, signos e a busca pela atenção do “novo” telespectador.

Anteriormente, a programação de uma TV era considerada como geradora da audiência; no entanto, com as inserções das novas formas de participação, possibilitada pela tecnologia digital e pela cultura da convergência, transforma-se em produtos transmidiáticos, o que foi uma boa estratégia para manter, perpetuar os programas e suas respectivas audiências.

O uso do “ao vivo” na programação faz com que a televisão busque um estilo menos artificial de contar e veicular suas narrativas, sejam elas informativas ficcionais e/ou artísticas. Com ele temos menor possibilidade de ruptura da continuidade, de forma que a surpresa presente nas linguagens possa gerar fatos novos, construído à medida que o programa se apresenta. Esse é o caminho mais conveniente para manter a audiência diante do novo suporte.

O diálogo, a partir do desenvolvimento das narrativas jornalísticas ou de publicidade, é a possibilidade de ir além dos limites da intencionalidade. O diálogo pressupõe, ainda, que haja uma herança cultural agindo, sem a qual é impossível qualquer ação e/ou compreensão dos fenômenos que dão forma ao real e aos sistemas sógnicos nos quais se insere a televisão.

A TV constrói sua estratégia de programa com base em um ritual que podemos dominar como sendo do calendário e da repetição. O modo como os conteúdos são dados na mudança polarizada dos gêneros televisuais faz que tenhamos, em cada modalidade, uma multiplicidade de elementos e características que, muitas vezes, pertencem a vários gêneros. Tais características remetem a uma intertextualidade,





propiciada pela re colocação do signo em outro ambiente, quando em um diálogo com outro gênero.

O telejornal é uma regulação dos significados para aquilo que acontece, e é ele quem impõe validade para a tradução dos fenômenos e dos fatos. Nesse caso, são as imagens, os sons e as falas que movimentam e constroem os significados no vídeo. E isso não muda quando os produtos são reconfigurados para outros meios ou plataformas convergentes.

As notícias são determinadas de acordo com o modo como aparecem. Dessa maneira, a simples presença de uma cor no vídeo acrescenta significados a todos os demais elementos, mesmo que apenas por um motivo técnico. O uso de recursos de edição leva os signos ali presentes a ganharem outros significados que modificam as noções de compreensão do tempo e do espaço nos quais as ações estão se desenvolvendo.

Portanto, nota-se que a obra é uma análise do novo perfil que a televisão brasileira está produzindo. A autora traz conceitos, análises, discussões e reflexões sobre as recentes configurações dos produtos telejornalísticos da região de Minas Gerais e das grandes redes de televisão aberta e paga do país. Nelas, alteram seu modo de produção e recepção do conteúdo, a partir da emergência das novas tecnologias e alterações de comportamento de seu público.

Submetido em: 06.12.2017

Aprovado em: 22.10.2018

