

Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS
Programa de Pós-Graduação em Ciência da Comunicação

**TELEVISÃO: A PRESENÇA DO TELESPECTADOR NA CONFIGURAÇÃO
DISCURSIVA DA INTERATIVIDADE NOS PROGRAMAS DE INFORMAÇÃO - A
EXPERIÊNCIA DO FANTÁSTICO**

Doutorando: Alexandre Schirmer Kieling

Orientador: Prof. Dr. Ronaldo Henn (PPGCOM UNISINOS)

Co-orientadores - Prof^a. Dr^a. Elizabeth Bastos Duarte (primeira fase do projeto)
Prof. Dr. François Jost (CEISME, Sorbonne Nouvelle - Paris 3 – durante o estágio doutoral na
França)

São Leopoldo, 2009

ALEXANDRE SCHIRMER KIELING

TELEVISÃO: A PRESENÇA DO TELESPECTADOR NA CONFIGURAÇÃO DISCURSIVA DA INTERATIVIDADE NOS PROGRAMAS DE INFORMAÇÃO - A EXPERIÊNCIA DO FANTÁSTICO

A presente Tese é apresentada como requisito parcial para a obtenção título de Mestre ou Doutor, pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos.

Orientador: Prof. Dr. Ronaldo Henn (PPGCOM UNISINOS)

Co-orientadores - Prof^a. Dr^a. Elizabeth Bastos Duarte (primeira fase do projeto)
Prof. Dr. François Jost (CEISME, Sorbonne Nouvelle - Paris 3 – durante o estágio doutoral na França)

São Leopoldo, 2009

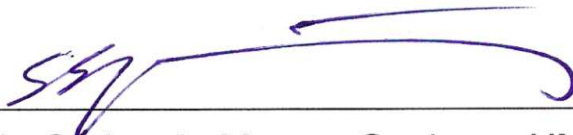
Alexandre Schirmer Kieling

**TELEVISÃO: A PRESENÇA DO TELESPECTADOR NA CONFIGURAÇÃO
DISCURSIVA DA INTERATIVIDADE NOS PROGRAMAS DE INFORMAÇÃO
– A EXPERIÊNCIA DO FANTÁSTICO**

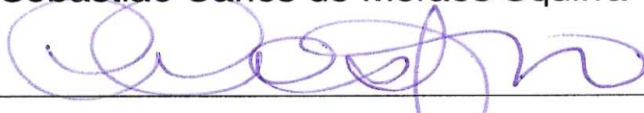
Monografia (Tese) apresentada à
Universidade do Vale do Rio dos
Sinos como requisito parcial para
obtenção do título de doutor em
Ciências da Comunicação.

Aprovado em 13 de novembro de 2009

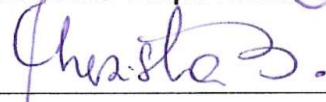
BANCA EXAMINADORA



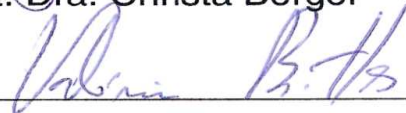
Prof. Dr. Sebastião Carlos de Moraes Squirra – UMESP



Profa. Dra. Cosette Espindola de Castro – UNESP



Profa. Dra. Christa Berger – UNISINOS



Prof. Dr. Valério Cruz Brittos – UNISINOS



Prof. Dr. Ronaldo Cesar Henn – UNISINOS

Dedico este trabalho aos responsáveis pela minha formação moral e ética: meus avós Godofredo e Zilda Kieling (*in memoriam*), Olintho e Carolina Schirmer (*in memoriam*) e meus pais Pitágoras Vargas Kieling (*in memoriam*) e Danila Schirmer Kieling; e àqueles que são escudeiros destes princípios: minha mulher Helena Martinho e meus filhos Bruno, Luccas, Iago e Maria Estela

AGRADECIMENTOS

O presente trabalho é resultado de uma grande corrente de apoio, suporte, inspiração e solidariedade. Foram ações em regime incondicional e transcendentais que aglutinaram família, professores, colegas, amigos e algumas instituições. A lista é enorme. Todos figuram nesta história com papéis imprescindíveis ao seu desfecho. Vou elencar aqui alguns desses guardiões e, na pessoa deles, expandir meus mais íntimos e intensos agradecimentos a todos aqueles que, de alguma maneira, contribuíram com esse percurso acadêmico:

Agradeço a todos os professores e funcionários do Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação da Unisinos, mencionando a professora, coordenadora Christa Berger e o meu crítico, persistente e compreensivo orientador, Ronaldo Henn, sem o qual jamais chegaria a esta etapa final;

Igualmente, sou intensamente grato à professora Elisabeth Duarte, hoje na Universidade Federal de Santa Maria, que me orientou na fase inicial deste projeto e na estruturação da pesquisa desenvolvida no estágio doutoral realizado na Sorbonne Nouvelle, Paris III, onde ganhei a tutela teórica e intelectual do professor François Jost, por quem cultivo grande admiração e a quem também agradeço;

Tanto o percurso francês quanto o brasileiro só foram possíveis graças a quatro instituições: (a) a Unisinos, que me concedeu bolsa para a realização do curso no Brasil e da qual destaco o apoio do reitor Pe. Marcelo Fernandes Aquino, dos Pró-Reitores Pedro Gilberto Gomes e Célio Wolfarth, do ex-reitor Pe. Aloysio Bohnen e do professor José Moacir Gomes Pereira; (b) na Capes, que me concedeu bolsa para o estágio doutoral na França, registro a atuação de Nancy da Silva Santos, único e permanente elo com meu país durante o deslocamento do estágio; (c) no Governo francês, do qual desfrutei o suporte da Sorbonne Nouvelle, das Bibliotecas e dos órgãos de apoio a estudantes estrangeiros, agradeço a todos os servidores públicos, destacando o amparo que recebi da professora Marie-France Chambat-Houillon e dos amigos Bruno e Françoise La Roche; (d) por fim, na Rede Globo, que liberou para pesquisa todos os vídeos e informações solicitadas, menciono a ajuda do diretor da CGCOM, Luiz Erlanger, da gerente do Globo Universidades, Silvia Fiúza, e do diretor do *Fantástico*, Luiz Nascimento;

Sou grato, muito particularmente, à minha família, mãe, irmãos e, de maneira especial, à minha mulher e aos meus filhos, parceiros e companheiros fiéis desta jornada.

“A imagem ficcional, ainda que lhe falte a força probatória da realidade prática, detém um poder afetivo tal que se justifica como espetáculo” (Edgar Morin).

RESUMO

A materialidade da convergência de mídias decorrente da digitalização dos suportes de produção e dos meios de distribuição de conteúdos vem configurando novas dinâmicas, tanto nas relações entre produtores e receptores quanto nos textos que desta resultam. Nosso trabalho de pesquisa e reflexão postula que essas dinâmicas configuram uma ambiência onde as lógicas dos sistemas aberto e fechado operam em interdependência e na qual se constitui o espaço que denominamos de miosfera. Entende-se esse lugar como uma esfera de produção, publicação e consumo em que os sujeitos da comunicação compartilham textos, constroem discursos, portanto produzem sentidos que articulam bens simbólicos. Um lugar diverso do espaço público real, mas que, pela sua dinâmica e pelas interações que experimenta, mostra-se capaz de configurar realidades e mundos discursivos que lhe são interiores e, por outro lado, ganham a dimensão de espaço público virtual. Verificamos tal postulado à luz das experiências interativas vivenciadas no programa *Fantástico*, da Rede Globo, e nossa análise aponta para a confirmação dessa perspectiva, revelando ainda os movimentos migratórios de gênero, as ofertas interativas e os processos de interação.

Palavras-chave: Digitalização da TV; Ambiência; Gêneros; Interatividade; Interação

ABSTRACT

The materiality of the convergence of media due to digitalization processes of the production and content distribution means stands have configured new dynamics, both in the relationship between producers and receptors and in the texts which result from it. Our research study claims that these dynamics configure an ambience in which the logics of the open and closed systems operate interdependently and in which the space we define as 'mediasphere' is constituted. This space is understood as a production, publication and consumer place in which the subjects of communication share texts and construct discourses, thus producing meanings which articulate symbolic goods. Despite being distinct from the real audience, this space proves to be able to configure realities and discursive worlds which are intrinsic to it and which, on the other hand, are characterized as a virtual public space, due to its dynamic and to the interactions it experiences. We verified our claim in the light of the interactive experiences proposed by *Fantástico*, a program produced by Rede Globo, a Brazilian TV channel, and our analysis reinforces this perspective, besides revealing the genre migratory movements, the interactive offers and the interaction processes.

Keywords: Digitalization of TV, Ambience, Genre, Interactivity, Interaction

RÉSUMÉ

La matérialité de la convergence de médias liée à la digitalisation des supports de production et des moyens de distribution de contenus vient en configurant de nouvelles dynamiques de telle façon dans les relations entre des producteurs et des récepteurs combien dans les textes qui de celle-ci résultent. Notre travail de recherche et de réflexion affirme que ces dynamiques configurent une *ambience* où les logiques des systèmes ouvert et fermé opèrent dans interdépendance et dans laquelle se constitue l'espace que nous appelons de *médiosphère*. Se comprend cette place comme une sphère de production, une publication et une consommation où les sujets de la communication partagent des textes ils, construisent des discours, ils donc produisent raisonnable qui articulent des biens symboliques. Une place diverse de l'espace public réel, mais que par sa dynamique et par interactions lesquelles essaye échantillon capables de se configurer des réalités et mondes discursives qui il sont intérieures, mais qui gagnent la dimension d'espace public virtuel. Nous vérifions tel postulat la lumière des expériences interactives vécues intensément dans le programme *Fantástico* du Chaîne TV Globo et notre analyse indique dans la confirmation de cette perspective, en révélant encore les mouvements migrateurs de genre, les offres interactives et les processus d'interaction.

Mots-chê : Digitalisation du TV ; Ambience; Genre; Interactivité; Interaction.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

O presente trabalho, por contemplar um *corpus* audiovisual, recorre ao uso de fotos de *frames* (quadros das sequências e planos analisados) como também de fotos registros de feiras e salões nos quais os temas de interesse foram abordados. Seguiremos também a mesma lógica para os esquemas gráficos e figuras.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Gráfico representativo das dinâmicas de atuação dos sistemas operando em intersecção no âmbito da midiosfera.	44
Figura 2 – Triângulo de Jost.	54
Figura 3 – Mostra o fluxo de distribuição dos sinais de som, imagem e dados em multiplataforma e a necessidade de um canal de retorno para a comunicação com as emissoras.	102
Figura 4 – Esquema de produção e exibição com captação e distribuição digitais. ...	103
Figura 5 – Esquema de produção de conteúdo colaborativo	104
Figura 6 – Triângulo dos mundos referentes dos gêneros por Jost.....	134
Figura 7 – Mostra planilha, em versão Word, extraída da tabela apresentada na página do programa. Observe-se que o sistema é similar ao adotado pelo <i>You Tube</i>	145
Figura 8 – Trata-se da reprodução em Word da arquitetura do espaço Canal F – um canal web dedicado aos pedidos e contribuições dos telespectadores do programa.	172
Figura 9 – Trata-se de reprodução em Word da janela no site do fantástico destina a listar pautas que foram executadas a pedido dos telespectadores do programa.	174
Figura 10 – Representação figurada da Midiosfera	240
Figura 11– Dinâmicas na convergência de mídias.	241
Figura 12 – Midiosfera na dinâmica do <i>Bola Cheia</i> e <i>Bola Murcha</i>	245
Figura 13 – Triângulo de Jost com migrações.....	253

LISTA DE FOTOGRAFIAS

Foto 1 – Mostra operação do software da TVA Orange – França.....	73
Foto 2 – Mostra um aplicativo da Caixa Econômica Federal, com uso do Ginga acesso pela TV aberta	73
Foto 3 – Mostra comandos do controle remoto	74
Foto 4 – Mostra comandos que permite ao conversor funcionam como um DVDR....	74
Foto 5 – Mostra display de comandos para VSD TVA Orange – França	74
Foto 6 – Mostra display de comandos para VSD TVA Net Brasil.....	74
Foto 7 – Mostra ofertas de Pay per view da TVA Orange – França.....	74
Foto 8 – Mostra Guia da Net Brasil.....	74
Foto 9 – Mostra conversor de HD da Net Brasil com capacidade de armazenar programas conforme a escolha do telespectador.	75
Foto 10 – Mostra a página de navegação na programação da TVA Orange –França. .	75
Foto 11 – Mostra <i>games</i> disponíveis no serviço da Net Brasil.....	75
Foto 12 – Mostra detalhamento do guia de programação da TVA Orange – França ...	76
Foto 13 – Página de navegação da Net Brasil.	76
Foto 14 – Mostra o stand do Fórum do SBTVD na feira Broadcasting & Cable, São Paulo, 2009.....	89
Foto 15 – Mostra um dos conversores que adotou o middleware Ginga.....	89
Foto 16 – Mostra um protótipo do middle Astro TV, um dos primeiros a incorporar o Ginga, para telefonia móvel e a conexão web para canal de retorno da TV Aberta.	90
Foto 17 – Mostra no exemplo do portal de interatividade do SBT para canal Aberto com os comandos de navegação feitos pelo controle remoto.....	90
Foto 18 – Mostra conversor de sinal em HD da Net.	90
Foto 19 – Mostra o console de conexões do conversor com diversas portas de entradas para sinais de vídeo, áudio e dados.	90
Foto 20 – Mostra diversos conversores para TV aberta ou por assinatura.	90
Foto 21 – Mostra recepção de sinal de TV pela web e canal de retorno via conexão banda larga.....	90
Foto 22 – Mostra tela de pouco mais de três polegadas para recepções móveis do sinal de TV Aberta.	91

Foto 23 – Mostra tela de 101 polegadas para recepção do sinal em HD transmitidos pela TV Aberta.	91
Foto 24 – Frame, registrado durante o horário do programa Vale a Pena ver de Novo, mostra que os ícones aparecem na lateral da tela, seguindo as mesmas referências de navegação da <i>Web</i>	92
Foto 25 – Mostra exemplo do aplicativo de uma enquete sobre um conflito na trama da telenovela. As opções oferecidas para o público são de escolha simples.....	92
Foto 26 – Registro durante o intervalo na programação da tarde mostra que o ícone ‘personagens’ apresenta uma foto e informações sobre o perfil destes na telenovela.	92
Foto 27 – Registro mostra a janela com a galeria de fotos com detalhes da cenografia.	93
Foto 28 – Registro mostra galeria de fotos com informações sobre o material usado na mobília do cenário.	93
Foto 29 – Registro mostra que a janela interativa oferece informações sobre os capítulos que já foram ao ar, no caso o do dia 18/08/2009.	93
Foto 30 – Mostra o recurso de reduzir a tela da programação da TV, priorizando o espaço para navegação nos aplicativos do portal, como é possível fazer no portal da emissora na Internet.	94
Foto 31 – Registro mostra que todos os controles de navegação são comandados pelas teclas do controle remoto, enviados ao servidor da emissora mediante uma linha de conexão <i>Web</i>	94
Foto 32 – Mostra o exemplo do aplicativo com a enquete, sendo que a janela com o conteúdo abre na parte inferior da tela.	95
Foto 33 – Mostra que o aplicativo adotado pela Record, da mesma forma como os protótipos da Globo e do SBT, organiza os ícones de navegação do lado direito da tela.	95
Foto 34 – Registro revela que a janela de conteúdo (no exemplo com informações sobre o perfil de um dos participantes), abre no lado esquerdo da tela.	96
Foto 35 – Mostra a configuração de um padrão de uso do espaço da tela. Os ícones aparecem na parte superior da tela. A janela de texto abre logo abaixo do ícone.	96
Foto 36 – Registro mostra as janelas de conteúdo com as escalas dos times.	97
Foto 37 – Mostra as estatísticas de cada time no jogo.	97
Foto 38 – Mostra o exemplo da janela de texto que mostra a situação dos times na tabela de classificação.	97

Foto 39 – Mostra a janela com a relação de gols feitos no Campeonato Brasileiro de 2009 pelos jogadores do Internacional de Porto Alegre.....	98
Foto 40 – Mostra o aplicativo de jogo da turma da Mônica.....	98
Foto 41 – Mostra o aplicativo de meteorologia.....	99
Foto 48 – Registro disponível no <i>site</i> do Le Monde digital, que mostra um <i>set</i> de entrevistas no <i>Salón de La Télé</i>	126
Foto 49 – Mostra uma telespectadora que experimenta as trucagens da gravação do quadro de informações sobre a meteorologia, apresentado no interior dos telejornais ou separadamente como boletins ao longo da programação.	126
Foto 50 - Registro publicado no site do Le Monde www.lemondenumerique.com/?page_id=16 – Cenário usado para animação e fotos à disposição dos telespectadores para registrar lembranças de super-heróis da TV.	127
Foto 51 – Registro publicado no <i>site</i> do Le Monde.....	127
Foto 52 – Registro de réplica de um cenário de programa de entrevista, onde foram executadas transmissões ao vivo.	128
Foto 53 – Registro da transmissão de um programa de auditório formado por telespectadores que visitaram o Salão.	128
Foto 54 – Mostra a arena tecnológica que apresentava as inovações com a qualidade da TV de alta definição nas transmissões esportivas.....	129
Foto 55 – Registra um dos encontros das equipes das emissoras (realizadores, apresentadores e executivos) com o público para discutir a programação.....	129
Foto 56 - Mostra o site do “Fantástico”. Aqui a convocação “teste o seu talento na pele de Taís e Paula”, a produção faz referência à reportagem com Alessandra, reenviando uma mídia a outra mídia e internautas e telespectadores a um mesmo papel.	138
Foto 57 – Mostra que a maioria das contribuições foi apresentada por jovens e até crianças, uma geração mais acostumada com a tecnologia, portanto ao uso de ferramentas interativas. Raros são os casos de contribuições de telespectadores/internautas com mais de 30 anos.....	139
Foto 58 – Mostra que alguns internautas/telespectadores vão além da proposta de simples imitação e criam situações novas ou paralelas à trama das oito.....	139
Foto 59 – A pergunta “o fantástico quer saber quem matou Tais?” leva o tema do espaço da ficção para o mundo real por meio de um código de brincadeira do tipo vamos fazer o “jogo de detetive” e “vamos todos descobrir o assassino”?	140

Foto 60 – Mostra que a segunda reportagem do programa sobre a novela tratava de motivar o espectador para opinar sobre o destino da personagem Bebel.	140
Foto 61 – Mostra que a reportagem usa toda a técnica jornalística. Testemunhas e especialistas são convocados a tratarem do tema: tudo como se fosse um fato real.	141
Foto 62 – Mostra que na página, o acesso aos vídeos selecionados para publicação na Web é livre, mas exige alguns programas específicos que podem ser baixados gratuitamente.	141
Foto 63 – Mostra <i>site</i> do “Fantástico”, 2007, onde há janelas para inclusão de vídeos amadores.	159
Foto 64 – Mostra que a janela do VC no Fantástico tem destaque na página do programa, e as janelas interativas estão em laranja, à direita.	159
Foto 65 – Salão da TV em Paris, onde as emissoras montaram estandes com todo seu aparato para receber e cadastrar todos os seus telespectadores.	160
Foto 66 – Site do JN em 2007, as ofertas interatividade apenas na web jamais migram para a TV.	161
Foto 67 – Site do JN em 2009 não muda a estratégia, apenas a TV envia para a web, sem convergência.	161
Foto 68 – Site JN 2009 – interação com os apresentadores somente na web.	161
Foto 69 – Site Jornal da Cultura 2007, a oferta interativa é primária.	161
Foto 70 – Site JC 2009 apresenta apenas texto e oferta de conteúdo para baixar no micro.	161
Foto 71 – Site TV Cultura 2009 tem várias ofertas interativas escolha de programação e conteúdo colaborativo (especialmente para programação infantil e institucional), mas nada para o telejornal.	161
Foto 72 – Frame do quadro Retrato Falado com encenações de uma história real encaminhada por uma telespectadora. Geralmente são histórias pessoais, que são contadas com a participação do autor.	162
Foto 73 – Registro de imagens das capas de 5 edições da revista impressa do <i>Fantástico</i>	170
Foto 74 – Frame da sequência do Hotel.	176
Foto 75 – Frame dos apresentadores Zeca Camargo e Gloria Maria.	177
Foto 76 – Frame registra Denise Fraga na abertura do quadro “Retrato Falado”.	177
Foto 77 – Frame mostra vinheta do Retrato Falado.	178
Foto 78 – Frame registra o depoimento de Agenor.	178

Foto 79 – Frame registra o depoimento de Rita Maria quem mandou a carta.....	179
Foto 80 – Frame mostra cena de reconstituição do encontro do casal que viveu a história.	179
Foto 81 – Frame mostra cena de reconstituição do beijo do casal.	180
Foto 82 – Frame mostra cena de reconstituição do casamento.	182
Foto 83 – Frame mostra cena de reconstituição da investida so marido sobre a mulher dentrrro do carro do casal.	183
Foto 84 – Frame mostra cena de reconstituição do casal na recepção do hotel.	185
Foto 85 – Frame mostra cena de reconstituição do casal no quarto de hotel.	187
Foto 86 – Frame mostra cena de reconstituição.	196
Foto 87 – Frame mostra vídeo doméstico de performance musical de pai e filho.	198
Foto 88 – Frame mostra cena da telenovela coma a atriz Alesandra Negrine.....	198
Foto 89 – Frame mostra cena de encenação da telenovela produzida e enviada por telespectadores.....	199
Foto 90 – Frame mostra o apresentador Tadeu Schmidt.	200
Foto 91 – Frame mostra o momento no qual o goleiro ao lançar a bola arremessa para dentro do próprio gol.	202
Foto 92 – Frame mostra o momento no qual a bola cai dentro do gol.	202
Foto 93 – Frame mostra a máscara de grafismo que caracteriza o quadro “VC no Fantástico”	202
Foto 94 – Frame mostra a inserção gráfica do ícone “Bola Murcha” usando uma aplicação de imagem de bola murcha.....	202
Foto 95 – Frame mostra o mesmo princípio para aplicar o ícone “Bola Cheia”.	202
Foto 96 – Frame mostra o uso do ícone bola murcha para um dos primeiros selecionados.....	203
Foto 97 – Frame mostra o uso do gerador de caracteres para indentificar o telespectadores que gravou e enviou o vídeo.	204
Foto 98 – Frame mostra o exemplo de identificação de autoria de um telespectador do Rio de Janeiro.	204
Foto 99 – Frame mostra o uso do ícone bola cheia para um dos primeiros selecionados pelo quadro.	204
Foto 100 – Frame mostra as imagens de um lance de craque do menino Lucas.	206
Foto 101 – Frame imagem do depoimento do garoto gravada pela equipes do programa.....	206

Foto 102 – Frame mostra registro do depoimento do peladeiro (Lucas) em primeiro plano como nas reportagens jornalísticas.	206
Foto 103 (<i>frame a, b, c</i>) – Frames mostram a sequencia enviada pelo telecpetador da cobrança de um penalti em que a bola bate na trave sobe e depois cai dentro do gol.....	207
Foto 104 – Frame mostra o peladeiro sendo erguido como vencedor pelos amigos. .	209
Foto 105 – Frame registra o depoimento dele em plano médio, com uso de microfone de mão, como nas reportagens jornalísticas.....	209
Foto 106 (<i>frame a, b, c</i>) – O primeiro frame mostra cena do jogo enviada pelo telespectador, o segundo e o terceiro mostram o uso do tira teima.	209
Foto 107 – Frame mostra os apresentadores Zeca Camargo e Glenda Kzlowski.....	211
Foto 108 – Frame mostra o gol do peladeiro driblando o goleiro com o corpo.	211
Foto 109 – Frame mostra o lance do Pelé na Copa de70 - fazem comparação entre peladeiro (1º) e Pelé (2º).....	211
Foto 110 – Frame mostra o uso de recursos de edição com janela para a imagem amadora.	212
Foto 111 – Frame registra um jogo feminino.	212
Foto 112 – Registro mostra página do Fantástico em 2008, quando foi lançado o campeonato dos peladeiros.....	213
Foto 113 - (<i>sequência a, b e c</i>) – Frames mostram José Roberto, Zico e Mauren Maggi analisando os lances e escolhendo os finalistas do mês.	213
Foto 114 – (<i>sequência a, b e c</i>) – Frames mostram o grafismo (inspirado nos distintivos dos clubes de futebol) que vai marcar a independência do novo quadro.	214
Foto 115 – (<i>sequência a, b e c</i>) – Frames mostram Ronaldo, Robinho e Zico vendo os lances.	215
Foto 116 – (<i>sequência a, b e c</i>) – Frames mostram o momento no qual a escolha é anunciada.	215
Foto 117 – Frames mostram o momento no qual as indicações de cada integrante do júri são rerepresentadas com a chancela daquele que escolheu.	216
Foto 118 – (<i>sequência a e b</i>) – Frames mostram o dia da escolha do “Bola Cheia” 2008, primeiro o lance do peladeiro (no exemplo Diguinho) depois um link ao vivo com a torcida do concorrente.	216
Foto 119 – (<i>sequência a e b</i>) – Frames mostram lance e link com torcida do candidato a “Bola Murcha” 2008, no exemplo Gustavo, na parte inicial do “Fantástico”, no dia escolha final, na qual o público e convocado a votar.	217

- Foto 120 – (sequência a, b, c e d) – Frames mostram o momento da divulgação do resultado do “Bola Cheia “de 2008, a expectativa de Diguinho, a anúncio feito por Tadeu e a chancela da vitória como a TV costuma fazer nas competições oficiais e a comemoração ao vivo.....217
- Foto 121 – (sequência a, b, c e d) – Frames mostram o momento no qual o resultado do “Bola Murcha” (Gustavo) é divulgado. Da mesma forma como na outra categoria, há expectativa e comemorações mostradas ao vivo.217
- Foto 122 – Frame mostra o momento em que os apresentadores anunciam a reportagem sobre o jogo no maracanã evidenciando a importância que o quadro ganha no programa.....218
- Foto 123 – (sequência a e b) – Frames apresentam a camiseta confeccionada especialmente para o jogo.....218
- Foto 124 – (sequência a, b e c) – Frames mostram detalhes da reportagem mostrada no programa que mostra, no primeiro frame, o narrador Luiz Roberto; no segundo, o juiz Renato Marsiglia; e no último, um gráfico que identifica a origem dos peladeiros.....220
- Foto 125 – (sequência a, b, c, d, e, f) – Os dois primeiros frames mostram as duas equipes de peladeiros, os dois seguintes lances dos jogos e os dois últimos registram do placar eletrônico no Maracanã quando o jogo estava Bola Cheia 2 X 0 Bola Murcha.....221
- Foto 126 – (sequência a, b, c, d, e, f) – Frames mostram momentos dos gols, sendo que, no segundo frame, há um efeito de edição que divide a tela entre a cena do jogo no Maracanã e aquele enviado pelo telespectador, enquanto que o último frame registra a comemoração final dos peladeiros.223
- Foto 127 – (sequência a, b, c, d, e, f, g, h, i) – Frames com cenas do dia da entrega do prêmio aos dois peladeiros do” Fantástico” 2008 na solenidade da CBF, sendo que, no segundo frame, aparecem com jogadores do Internacional de Porto Alegre, no terceiro com Pelé e no quarto com o técnico Dunga, da seleção brasileira de futebol.....225
- Foto 128 – (sequência a, b, c) – Frames mostram Diguinho em casa, na rua sendo abraço por outros moradores de sua cidade.....226
- Foto 129 – (sequência a, b, c) – Frames registram Gustavo em casa, revivendo o episódio que lhe garantiu o título e dando entrevistas.....226
- Foto 130 – (sequência a, b, c, d) – Frames mostram desdobramento da popularidade do Diguinho no programa do Luciano Huck, na escola, em casa, no teste que fez no time São Paulo.228

Foto 131 – (sequência a, b, c, d) – Mostra, para efeito de comparação, imagens de testemunhos e de representação por atoresl.....	251
Foto 132 – (sequência e, f) – Frames mostram encenações de humor.	252
Foto 133 – Frame do VC no Fantástico que reproduz cena da telenovela.	253
Foto 134 – (sequência h, i) – Frames mostram lance do goleiro que jogou a bola para dentro do gol.....	254
Foto 135 – (sequência j, l, m) – Frames mostram uso do tira-teima.	255
Foto 136 – (sequência n, o) – Frames mostram grafismo do quadro do peladeiros. .	256
Foto 137 – (sequência p, q) – Frames mostram peladeiros que viram personagens das câmeras profissionais.....	257
Foto 138 – (sequência r, s, t) – Frames mostras cenas nas quais os peladeiros são tratados como celebridades.....	258
Foto 139 – (sequência u, v) – Frames mostram as marcas criadas para o quadro dos peladeiros.....	261
Foto 140 – (sequência w, x) – Frames mostram registro do link ao vivo durante a escolha de 2008.	262
Foto 141 – Frame mostra o depoimento de Lucas gravado com uma câmera profissional.	263
Foto 142 – (sequência z, a1 e b2) – Frames mostram situações enunciativas dos telespectadores como agentes enunciativos no texto da TV.	264
Foto 143 – Frame mostra o telespectador produtor (autor) identificado pelos créditos do VT.....	266

LISTA DE SIGLAS

ABNT - Associação Brasileira de Normas Técnicas
ABTU – Associação Brasileira de TVs Universitárias
ANATEL – Agência Nacional de Telecomunicações
BBC – British Broadcasting Corporation – TV Pública inglesa
BBB – Big Brother Brasil
CAPES – Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
CDMA – Acesso Múltiplo por Divisão de Código
CGP – Central Globo de Produção
CGJE – Central Globo de Jornalismo e Esportes
CNPq - Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico
DW – Deusth Welle – TV pública alemã
HD – High Definition – alta definição de sinal de vídeo
IBOPE – Instituto Brasileiro de Opinião e Estatísticas
INA – Instituto Nacional do Audiovisual da França
INSS – Instituto Nacional de Seguridade Social
IP – Internet Protocol
IPTV – Internet Protocol TV
LD – Low Definition – baixa definição de sinal de vídeo
NCL – Nested Context Language – sistema de código do *middleware*
PVR – Program View Recorder – gravador de programação
SBTVD – Sistema Brasileiro de TV Digital
SBTVD-T – Sistema Brasileiro de TV Digital Terrestre
SBTVDI – Sistema Brasileiro de TV Interativa
SD – Standard Definition – Definição padrão de sinais de vídeo
SPD – Sistema de Produção e Distribuição
SMS – Short Message Service
SSi – Sistema de Significação
TDMA – Acesso Múltiplo por Divisão de Tempo
VT – Videotape, termo usado para designar material televisual editado
VSR – Vídeo Sob Demanda
UIT – União Internacional de Telecomunicações

WEB – Word Wide Web – rede mundial de computadores

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	23
1.1	APROXIMAÇÃO EPISTEMOLÓGICA.....	26
1.2	DEFINIÇÃO DO PROBLEMA.....	28
1.3	HIPÓTESES E OBJETIVOS	29
2	TEORIA DOS SISTEMAS, PROCESSO E ESTRUTURA, MODELO COMUNICACIONAL, DISCURSO E AUTORIA	31
2.1	CONSIDERAÇÕES PRELIMINARES.....	31
2.2	O MODELO COMUNICACIONAL	35
2.3	OS ESTUDOS DE COMUNICAÇÃO	36
2.4	O SISTEMA, A ESTRUTURA E A MÍDIASFERA.....	39
2.5	NOSSA PROPOSTA DE MODELO COMUNICACIONAL	46
2.6	AS CONDIÇÕES DE DISCURSO DADAS PELO AUDIOVISUAL.....	55
2.7	UMA PERSPECTIVA TEÓRICA SOBRE AUTORIA.....	63
3	INTERATIVIDADE E INTERAÇÃO - REFLEXÃO SOBRE OS CONCEITOS E TAXONOMIAS; DESCRIÇÃO DO ESTADO DA ARTE DOS DISPOSITIVOS EM USO PELA TELEVISÃO	68
3.1	CONCEITO DE INTERATIVIDADE.....	68
3.2	CLASSIFICAÇÕES E CATEGORIZAÇÕES.....	70
3.3	AS INTERAÇÕES NO ÂMBITO DOS SISTEMAS	81
3.4	CENÁRIO DA INTERATIVIDADE.....	87
3.5	EXEMPLOS DE APLICATIVOS DE INTERATIVIDADE NA TV ABERTA	89
3.5.1	Protótipo de interatividade da TV Globo	91
3.5.2	Protótipos do SBT	94
3.5.3	Protótipo da Rede Record.....	95
3.5.4	Outros aplicativos.....	96
3.5.5	A composição multiplataforma – TV e Web.....	99
3.6	INTERATIVIDADE NO BRASIL	104
3.7	NOSSA PROPOSTA	109
4	REFLEXÃO SOBRE OS GÊNEROS, COM ÊNFASE NOS PROGRAMAS DE INFORMAÇÃO - O CONCEITO DE JORNALISMO E ENTRETENIMENTO	111
4.1	OS GÊNEROS E A REALIDADE	111
4.2	O GÊNERO NA ENUNCIACÃO.....	114

4.3	CONEXÕES ENTRE MUNDOS E REALIDADES	118
4.4	O GÊNERO COMO PROMESSA.....	123
4.5	O TERRENO COMUM.....	125
4.6	O GÊNERO E OS MUNDOS DA TV	130
4.6.1	Mundo Real.....	131
4.6.2	Mundo Ficcional	132
4.6.3	Mundo Lúdico.....	133
4.6.4	A migração entre os mundos, relatos e narrativas	134
4.7	UM EXEMPLO.....	137
4.8	UMA PERSPECTIVA DO SUBGÊNERO JORNALISMO	145
4.9	NOVA DINÂMICA DA INFORMAÇÃO	152
4.10	PROPOSIÇÕES	155
5	EXPOSIÇÃO SOBRE AS APLICAÇÕES DA CONVERGÊNCIA E DA INTERATIVIDADE NO UNIVERSO DO PROGRAMA DE INFORMAÇÃO e ENTRETENIMENTO “FANTÁSTICO” DA REDE GLOBO	158
5.1	PRIMEIRA PARTE - O OBJETO E O CORPUS	158
5.1.1	O programa, o formato e o quadro	158
5.1.1.1	Justificativa	162
5.1.1.2	Procedimentos metodológicos	163
5.1.2	O perfil do “Fantástico”	165
5.1.2.1	Interatividade	168
5.1.2.2	Descrição do “Retrato Falado”	175
5.1.2.4	Descrição do quadro “VC no Fantástico”	194
5.1.2.5	Descrição do “Bola Cheia e Bola Murcha”	200
5.2	SEGUNDA PARTE – A INTERATIVIDADE NO “FANTÁSTICO”.....	231
5.2.1	O foco nas operações da midiosfera.....	231
5.2.2	O exame das condições de produção e reconhecimento – a formatação.....	233
5.2.3	O “Fantástico” na Midiosfera.....	238
5.2.4	Verificação dos tipos de interação estabelecida entre os interlocutores - promessas, adesões e contrato	242
5.2.4.1	Ofertas Interativas e Processos de Interações	243
5.2.4.2	Níveis de Interação - Articulações de Produção e Reconhecimento.....	246
5.2.5	Exame da Interferência dos Meios técnicos de Produção, Circulação e Consumo 248	
5.2.6	Análise das Funções Desempenhadas pelas Noções de Gênero e Formato	250

5.2.7	Identificação das relações estabelecidas entre lógicas, estratégias comunicativas e discursivas - configurações discursivas e figuras textuais	259
5.2.8	Averiguação e primeiros indicadores conclusivos	267
5.2.8.1	Efetivo grau da relação entre emissor e receptor: níveis de interação e a participação do telespectador no conteúdo	267
5.2.8.2	Articulações que se estabelecem em nível de condições de produção e reconhecimento	270
5.2.8.3	Relação discursiva das emissoras com os telespectadores – dinâmicas desses atores e dos sistemas no âmbito da mídiósfera.....	271
5.2.8.4	Promessa institucional da emissora.....	271
5.2.8.5	Especificidades da gramática televisual – aplicação das promessas interativas, estratégias discursivas e transformações operadas nos produtos	273
5.2.8.6	Nível de grandeza das contribuições autorais do telespectador.....	274
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	277
6.1	PRIMEIRA HIPÓTESE	277
6.2	SEGUNDA HIPÓTESE	281
6.3	TERCEIRA HIPÓTESE	285
6.4	QUARTA HIPÓTESE	287
6.5	QUINTA HIPÓTESE.....	289
6.6	CONCLUSÕES.....	293
	REFERÊNCIAS	295
	ANEXOS	310

1 INTRODUÇÃO

Atualmente, vive-se, no Brasil, um período de transição entre emissões analógicas e digitais. As emissoras têm entendido que, graças aos dispositivos¹ de relacionamento (cartas, telefonia fixa e móvel, pesquisas qualitativas, Web), o público já experimenta a construção discursiva dessas narrativas interativas. Mas o fato é que, diante de uma perspectiva de convergência dos meios tecnológicos por meio da digitalização, em princípio, abre-se a perspectiva de um processo dialógico que redimensiona as relações entre emissor e receptor. É uma nova dinâmica que requer uma reflexão sobre os modelos comunicacionais, tais quais os compreendemos.

O mundo da convergência sugere a efetivação da teoria da terceira onda, de Alvin Toffler (1981), de que os dispositivos tecnológicos midiáticos promoveriam um movimento inverso à massificação e à padronização produzidas pela revolução industrial (segunda onda).

¹ A noção de dispositivo que nos propomos trabalhar toma como referência a ideia de suporte estrutural no qual se processam relações entre as operações técnicas e as operações semiolinguísticas. Partimos da perceptiva de Mouillaud (1997), para quem os dispositivos não seriam necessariamente aparelhos tecnológicos (de natureza material), tampouco um suporte inerte do enunciado, mas “*um lugar onde o enunciado toma forma*” (MOUILLAUD, 1997, p. 85). O dispositivo seria uma sorte de acoplamento do contexto, do enunciado, do meio tecnológico e da forma de inscrição. Nesse sentido, cada meio técnico de categorização, de estruturação, de geração e de veiculação estaria vinculado a uma operação semiológica que contemplaria os signos e seu contexto, obedecendo a uma lógica de mútua determinação. Ou seja, o dispositivo tende a mobilizar recursos tecnológicos e discursivos para se consumir num texto (como a reportagem de TV, por exemplo). Todavia, como essa noção de consumação ignora as incidências e implicações dos sistemas de função (político, econômico, social, midiático) e a complexidade da dissipação produzida pelos sistemas simbólicos (cultura, agentes comunicacionais), faremos uma suspensão na ideia de acoplagem (que almeja precariamente dar conta da consumação do texto e da sua leitura) e propomos uma derivação para a ideia de instrumentos mobilizados para a realização e circulação do texto, vistos como suportes estruturantes. Dessa maneira, contempla-se indiretamente a dimensão socioantropológica sugerida por Jairo Ferreira (2007), ainda que de maneira parcial, uma vez que apropriaremos tangencialmente sua perspectiva triádica (tecnológica, semiodiscursiva, socioantropológica). Assim, a noção de dispositivo que adotamos nos servirá para designar os instrumentos tecnológicos e semiodiscursivos mobilizados na realização e publicação de um texto cujas inscrições, efetivamente, integram e compõem a estrutura do discurso, mas dependem das complexas operações entre os sistemas fechados e abertos e entre agentes comunicacionais constituídos numa ambiência específica, perspectiva que, parece-nos, transcende a dimensão de Mouillaud.

Na visão do autor, a portabilidade e o custo dos novos dispositivos contribuíram para que cada um pudesse exprimir-se no espaço público das mídias audiovisuais. Seria a desmassificação numa perspectiva de “*self média*”, em que se assistiria a uma maior participação do cidadão, graças à possibilidade de escolha e de acesso aos meios de expressão audiovisuais. Uma ruptura com o monopólio editorial dos meios de comunicação social.

É uma previsão que, de certa maneira, já vemos no *You tube*, um canal através da rede mundial de computadores, onde é possível “publicar” um vídeo, em tese, sem nenhuma seleção anterior – já são milhões de vídeos disponíveis no acervo do *You tube* (O portal estima que 120 milhões de vídeos sejam assistidos por dia, com 60% da audiência de vídeo em toda a Web², um universo pequeno se comparado à audiência da TV no mundo, mas que já existe e cresce a cada ano). O portal *Globo.com* da Rede Globo também adotou a mesma experiência do *You tube* para o programa “Fantástico”, que vem servindo de teste para as estratégias interativas³ da área de jornalismo da emissora. Por meio do portal, os internautas depositam vídeos e atendem às chamadas temáticas da equipe de produção do programa (Segundo estatísticas da emissora⁴, de janeiro a setembro de 2007, mais de 40 milhões de vídeos produzidos pela emissora do grupo foram assistidos por intermédio do *Globo.com*).

A ABTu - Associação Brasileira de TVs Universitárias tem uma rede experimental de contribuição de conteúdos de TV pela *Web*, onde 10 das emissoras associadas depositam seus programas, e as demais podem usar esses programas numa grade de programação independente. Nos países onde a TV digital está implantada, os telespectadores já navegam pela TV, a partir das informações complementares da programação, do uso de recursos opcionais, como idiomas e legendas, ou da escolha e compra de filmes e programas. No Brasil, onde as transmissões digitais começaram em São Paulo, em 2 de dezembro de 2007, já é realidade o “*Ginga*”, um *middleware* (espécie de sistema operacional que faz interface com

² Segundo a Revista Tele Viva, especializada em mídia, edição News de 30/10/2007 <http://www.telaviva.com.br/News> (acesso em 30/10/2007).

³ A noção de interatividade que vamos trabalhar compreende os processos de interação que envolvem os sujeitos da comunicação (emissor e receptor), mediados por dispositivos discursivos ou tecnológicos que apresentam recursos com ofertas interativas. Dito de outra forma, considera-se os processos que resultam da conjugação de ofertas interativas e das interações providas nestes ambientes mediados como explicitaremos no terceiro capítulo especificamente dedicado ao tema.

⁴ *Idem*.

o sistema de funcionamento do aparelho de televisão)⁵, que permite o uso no aparelho de TV da maioria dos aplicativos comuns à da Internet.

Enfim, a adoção da nova tecnologia traz novamente ao debate questões que permanentemente se colocam ao campo da Comunicação, aos processos midiáticos e à televisão em particular. Retomam-se os confrontos entre sistema e processo, entre os conceitos de sistemas fechados e abertos no universo da comunicação, entre unidirecionalidade e bidirecionalidade. Portanto, são confrontos entre os conceitos de difusionismo e rede, dos quais emerge a relação entre os sujeitos do processo de comunicação (enunciador e interpretante) e sujeitos do sistema de difusão (emissor e receptor) que, no presente cenário, poderiam vir a se fundir numa interação simbólica e tecnológica mais intensa graças ao recente fenômeno da interatividade, ou ofertas de interatividade, como veremos no presente trabalho. Isso culminaria com sujeitos sociais operando interações num sistema “mais” democrático, que nos reenvia à problemática de atividade *versus* passividade, dominação *versus* contrapoder, hegemonia *versus* ruptura, consenso *versus* dissenso e, mesmo, dos sistemas de operação da comunicação, especialmente da TV. São lógicas e dinâmicas que também podem vir a ser reconfiguradas na dimensão da interatividade e que nos ajudam a melhor perceber as operações de uma ambiência midiática, o que nos leva a uma perspectiva de um modelo comunicacional mais complexo, que no presente trabalho nos propomos compreender e denominar como *midiosfera*. Essa ambiência é entendida como uma esfera virtual que resulta da intersecção dos sistemas abertos e fechados e no espaço da qual se dão os processos de produção, publicação e consumo. Uma noção que vamos desenvolver ao longo do presente trabalho.

Nesse horizonte, a proposta que vai nos ocupar é a de olhar o produto televisivo com uso dos dispositivos interativos, no caso das experiências brasileiras (eventualmente relacionando ou comparando com os dispositivos digitais, já em experiência na Europa, como é o caso da França). Nosso esforço seria no sentido de confrontar o resultado (o texto dos programas de informação) com a promessa de interatividade (noção de JOST, 2004), com vistas a verificar se, efetivamente, há a participação do telespectador na construção do discurso televisivo, averiguando em que grau essas estratégias, que se renovam com os novos dispositivos, estruturam-se e se elas atingem seus objetivos. Para este percurso, elegemos como objeto principal de análise o programa “Fantástico”, da TV Globo, que vem, há mais de dez anos, experimentando estratégias interativas.

⁵ Ginga apresenta duas configurações, NCL e Java, que veremos mais adiante.

Enfim, buscam-se as reconfigurações dessas mediações e ambiências de produção de sentido que apontam para a constituição de um lugar mais complexo, a mídiósfera. Parte-se de um desafio do ponto de vista acadêmico, a partir, portanto, da reflexão crítica, de um esforço de pesquisa e produção teórico-metodológica e, acima de tudo, empírica sobre o tema, de forma a poder dar conta da análise desta dinâmica presente nos fenômenos da digitalização e da convergência no âmbito das mídias. Assim, além deste capítulo introdutório, no segundo capítulo, faremos uma revisão dos conceitos que vão sustentar o percurso teórico da presente Tese, tais como teoria dos sistemas, processo e estrutura, modelo comunicacional, apropriações das teorias de enunciação e discurso, autoria, etc. No terceiro capítulo, procederemos a um detalhamento e reflexão sobre os conceitos de interatividade, com uma descrição do estado da arte desta na televisão, particularmente com a digitalização dos sistemas de produção e difusão, tendo em vista, igualmente, a questão da convergência. É um aprofundamento sobre os papéis enunciativos na dinâmica difusionista e de rede, na TV e na Internet. No quarto capítulo, nos ocuparemos de uma reflexão sobre os gêneros de TV, com ênfase para os programas de informação, tensionando o conceito de jornalismo e entretenimento - uma observação específica sobre as mudanças tecnológicas e suas implicações nas rotinas e práticas profissionais. No quinto capítulo, apresentaremos uma descrição e desenvolveremos uma análise do nosso corpus, seguindo uma perspectiva empírica. No sexto capítulo, nos dedicaremos às conclusões finais.

1.1 APROXIMAÇÃO EPISTEMOLÓGICA

Kant (1985), em “A crítica da razão pura”, nos ensina que não temos acesso à realidade ontológica; o que sempre temos é a representação dessa realidade. O “nómeno” está muito longe da nossa capacidade perceptiva e cognitiva. Apenas podemos conhecer suas manifestações. Dessa maneira, a objetividade absoluta, assim como ela nunca houve no jornalismo, não existe nem para a ciência. Como acreditam os fenomenologistas (por exemplo, Heidegger e Merleau-Ponty), jamais chegaremos às essências da realidade; apenas conheceremos suas aparências, ainda mais quando o objeto de análise é complexo, como o caso da mídia, especificamente a televisão. Morin (1995)⁶, defensor do percurso

⁶ *Introdução ao pensamento complexo*, Instituto Piaget, Portugal, 1995.

transdisciplinar, por sua vez, já destacou que a fragmentação leva à invisibilidade do complexo. Nenhuma escola, isoladamente, vai dar conta de uma aproximação objetiva deste objeto. Nessa perspectiva, nosso percurso busca, tão somente, a necessária liberdade para tentar olhar este objeto diverso, complexo e procurar compreender seus fenômenos da maneira mais aberta possível, sem os limites da imanência imutável.

Assim, nossa proposta é adotar a perspectiva do modelo de análise pragmático que, por meio de seu caráter indutivo, nos permite partir da análise dos textos audiovisuais para a inferência das regularidades e regulações que presidem seu desenvolvimento. Como lembra Jesús Garcia Jimenez (1996, p. 53), uma perspectiva que nos permite “refazer o processo criativo e reviver a experiência” de criação, sobretudo no nosso caso, em que a experiência nas redações de televisão nos oferece um conjunto de dados da dinâmica da produção. Todavia, o mais importante é que a análise pragmática não se fecha em rigidez de princípios. É aberta a um cruzamento de outras perspectivas que ajudam a dar conta da complexidade, que é o processo comunicacional, particularmente o audiovisual. Permite-nos também aportar as perspectivas metodológicas de outros modelos. Do semiológico nos serão imprescindíveis os conceitos, termos e classificações elementares que ajudaram a compreender a articulação dos signos que fundam a linguagem audiovisual. Por outro lado, a análise pragmática nos permite preservar a ideia de caráter orgânico do texto, emprestada do estruturalismo, e, ao mesmo tempo, apropriar a noção dos pensadores de inspiração marxista sobre sistema de produção aplicado à mídia.

Experimentamos, igualmente, a afinidade com a fenomenologia pela negação a qualquer filiação escolástica ou qualquer compromisso constitutivo. O que vai nos importar “é uma razão analítica sintética livre para esclarecer a natureza e os comportamentos dos fenômenos” (JIMENEZ, 1996, p. 52) presentes e em torno do texto. É essa liberdade que permite a descrição, a observação, a intuição e até a reflexão da dinâmica, do jogo de estratégias na construção do discurso da televisão, no caso do programa de informação e entretenimento que vamos analisar e das eventuais transgressões promovidas pelos agentes comunicacionais envolvidos. Só assim será possível privilegiar as condições de construção de sentido, partindo das condições de produção do discurso, seus efeitos de recepção, a recriação. São dimensões que a tecnologia interativa digital promete cada vez mais aproximar.

A epistemologia diz que o conhecimento é a relação de um sujeito que conhece e um objeto conhecido; que o primeiro se apropria do segundo e que os dois podem se coincidir, se o primeiro desejar conhecer a si próprio. Assim, no caso da experiência empírica de um observador sobre o objeto observável, em certo momento, ele pode ser o próprio objeto de

observação, o que pode apresentar riscos, mas não o suficiente para contaminar a legitimidade da observação. No nosso caso, acreditamos na possibilidade de incorporar, sem preconceitos, nossa experiência nas redações, mesmo que eventualmente pudesse nos transformar, de certa maneira, em objeto da observação, mas que não deverá comprometer o percurso que nos propomos.

1.2 DEFINIÇÃO DO PROBLEMA

No interior do movimento de digitalização, rearticulam-se estratégias da instituição midiática - seja comercial, seja pública - com vistas à manutenção de papéis e contratos presentes hoje no estatuto dos meios analógicos que estruturam as relações entre as organizações e a sociedade, entre as emissoras e telespectadores, entre as gramáticas de produção e recepção. Trata-se de uma articulação que se materializa e se instrumentaliza na natureza e na complexidade da mídia, especialmente eletrônica, particularmente a televisual. A TV comercial depende da grande audiência e, portanto, de uma programação que atenda a um público geral. A TV pública no Brasil, embora devesse, por natureza, trabalhar a dimensão de identidade e expressão cultural do telespectador como cidadão, mostra-se dependente das diretrizes do governo e não do estado. Ainda assim, tanto as emissoras comerciais, quanto as públicas acreditam que, graças aos dispositivos de relacionamento (cartas, telefone, enquetes, pesquisas de opinião e satisfação, Internet, SMS – Short Message Service - torpedos via telefonia móvel) entre as equipes de produção e os telespectadores, o público já participa da construção discursiva das narrativas presentes na TV.

Nos programas informativos de hoje, o telespectador vota em temas polêmicos, escolhe imagens, define o melhor desempenho de atletas ou políticos, publica fotos e até vídeos caseiros; faz perguntas para serem endereçadas aos entrevistados, dá sugestões de pauta etc. As emissoras criam portais onde, por meio de chats ou fóruns, o diálogo do público com as equipes de produção, ou mesmo, a conversa com o principal personagem apresentado na edição pode acontecer logo após a emissão do programa. O fato é que tanto o viés educativo quanto o comercial, antecipando-se a um cenário de convergência dos meios tecnológicos, procuram assumir uma noção de processo dialógico e prometem uma coautoria ao telespectador na estratégia de construir um imaginário de alteridade, de reconhecimento por parte da instância de produção deste “outro” que o legitimaria e, por fim, constituiria o

processo de comunicação num espaço virtual, numa ambiência midiática, numa dinâmica que se dá na mídiósfera.

Nessa perspectiva, é necessário olhar o produto televisivo no âmbito da sua materialidade no texto, mas levando em conta as dinâmicas e as estratégias das quais resulta. É preciso compreender o extratexto e a ambiência midiática onde ele se constitui. É nossa proposta ver onde se configuram e se inscrevem, efetivamente, os lugares autorais atuais e como e onde se materializam no texto televisivo, a partir da análise deste texto em relação ao discurso que produz e em comparação à promessa de interatividade.

É nessa materialidade do processo que se empreenderá o esforço de confrontar o resultado enquanto produção de sentido com as estratégias empregadas pelas emissoras, com vistas à participação do telespectador na construção do discurso televisivo. Em que grau essas estratégias, que se renovam a cada dia com os novos dispositivos tecnológicos de interatividade, atingem seus objetivos? Onde, claramente, detectam-se vestígios da presença do discurso do telespectador e do discurso da produção no produto audiovisual como um programa de informação e entretenimento na TV? Parte-se da premissa de que existem sobras para a atuação da instância da recepção e de que as tecnologias da digitalização, ao mesmo tempo que permitem novos níveis de interatividade e inscrições de discurso a partir do telespectador, tendem a discursivizar o próprio processo, estruturando novas relações na construção e na materialização do texto de informação na TV.

1.3 HIPÓTESES E OBJETIVOS

À luz do desafio, ao qual nos propomos com a atual etapa da investigação, articulamos as primeiras hipóteses do nosso percurso a serem inicialmente examinadas:

1) a digitalização da televisão aponta para uma reconfiguração das mediações, sobretudo no âmbito de espaço comum de construção simbólica, portanto, na *mídiósfera*, interferindo diretamente na gramática das formas de expressão televisual, bem como nas relações de interação entre emissora e telespectadores;

2) as emissoras de televisão não abdicam do controle de seus discursos, mas desenvolvem novas estratégias de modelização desse processo e, portanto, manutenção desse poder de filtro, mesmo quando produzem efeitos de sentido de interatividade;

3) os telespectadores, com os novos dispositivos de interação possibilitados pela tecnologia digital, passam a dispor de um espaço virtual de poder que tende a tensionar e contrapor a produção de sentido estruturada pelo sistema de produção e distribuição audiovisual da Televisão, até então sob controle absoluto das emissoras;

4) a convergência gera uma nova dinâmica na mídiósfera, consolidando uma ambiência multimídia junto aos sistemas de comunicação eletrônica de massa na qual a dialogia passa a ser não mais apenas simbólica, mas instrumentalizada pela tecnologia, reconfigurando o *status* de autoria do discurso no produto televisivo e gerando espaços de “sobras” onde o telespectador, efetivamente, poderá inscrever algumas de suas marcas;

5) as condições e as matrizes de produção sempre representarão uma estrutura modelizante, com vistas ao enquadramento do telespectador enquanto produtor, fazendo este assumir uma condição enunciativa, uma categoria de “*enunciador virtual*”, seja por meio das narrativas, seja pelos meios técnicos.

Assim, como já descrito, pretendemos desenvolver uma pesquisa empírica, de caráter comparativo, com um aporte pragmático para analisar o dispositivo do programa já informado e suas promessas. Igualmente, vamos recorrer a uma referência da semiótica para analisar os textos interativos, com vistas a examinar as articulações e construções discursivas em produtos televisivos de informação com experiências interativas, no caso do objeto de estudo mencionado. A partir daí, buscaremos identificar as estratégias da emissora, observando igualmente suas promessas em relação ao telespectador e o resultado efetivamente produzido nos textos que constituem os quadros interativos do programa “Fantástico”.

Com base nessa primeira apuração, procurar-se-ão classificar as **ofertas de interativas** e os **processos de interação** - como veremos mais detalhadamente no segundo capítulo - alcançados por parte da emissora no relacionamento com os telespectadores. Diante do texto veiculado, cabe também resgatar o fluxo que este conteúdo percorre, os filtros pelos quais passa (pauta, captação, edição) até a formatação final para sua emissão. Almeja-se identificar, se existem, os espaços e os lugares autorais do telespectador e que estariam presentes no discurso expresso nos produtos chamados interativos, identificando os dispositivos tecnológicos que são usados na transição para a interatividade buscada pela TV digital.

2 TEORIA DOS SISTEMAS, PROCESSO E ESTRUTURA, MODELO COMUNICACIONAL, DISCURSO E AUTORIA

2.1 CONSIDERAÇÕES PRELIMINARES

O governo brasileiro definiu-se, em 2006, sobre o sistema de transmissão de TV digital a ser adotado no país (um hibridismo entre a solução tecnológica japonesa e brasileira), cujas primeiras experiências de implantação do novo sistema se dão em 2007. Tal definição não implica apenas escolhas sobre padrões de compressão, modulação, aplicações e recepção de sinais de vídeo e áudio. Não se trata apenas de optar por alta definição (HD - High Definition) ou definição padrão (SD - Standard Definition), monocanalização (um canal por banda - 6 MHz - de transmissão) ou multicanalização⁷ (no digital, são possíveis até quatro canais por banda de transmissão), interatividade elementar (acesso já usual por telefone) ou interatividade máxima (acesso via canal de retorno, usando o espectro eletromagnético para resposta em tempo real, durante uma emissão, mediante o controle remoto).

Em tese, o diálogo pergunta-resposta entre as emissoras e telespectadores poderá, em breve, acontecer durante as transmissões televisuais, permitindo intervenções no próprio conteúdo das emissões por parte dos telespectadores. Registre-se que hoje, no Brasil, essa possibilidade já é oferecida pelos serviços de TV paga via satélite ou cabo e está em testes na TV Aberta, como veremos no segundo capítulo. Operações de escolha de programas ou escolha de câmeras durante uma transmissão ao vivo já são facultadas ao telespectador com o simples uso do controle remoto ou da infraestrutura da telefonia. Por meio da Web e telefone, os telespectadores já enviam mensagens em SMS, que são integradas ao conteúdo dos programas, especialmente nas transmissões esportivas, caso do Brasil, e nos programas de debates, exemplo da França.

⁷ A Fundação Padre Anchieta, que opera com a TV Cultura, em São Paulo, iniciou, em setembro de 2009, as transmissões multicanal na sua banda digital. Além da TV Cultura, a mesma banda (espaço no espectro eletromagnético de São Paulo) passou a transmitir mais dois canais, A TV UNIVESP – canal de ensino à distância gerenciado pela Secretaria de Ensino Superior do Governo Paulista, e o MULTICULTURA – canal de reapresentações do acervo da emissora pública paulista e de transmissões de eventos especiais. São dois espaços que servem ao porta-fólio de prestação de serviço da Fundação, importante fonte de captação de recursos.

A digitalização da TV já se deu nos estados Unidos, no Japão e em, praticamente, todo o continente Europeu. Em países como a França, os telespectadores podem navegar por meio do aparelho de TV para obter mais informações sobre a programação e os programas. Igualmente, podem escolher o uso de legendas, comprar filmes ou programas sob demanda. Programas com proposta interativa já são uma realidade. Dessa forma, a decisão sobre o sistema de transmissão digital, na verdade, transcende seus aspectos tecnológicos, impactando, pelo menos, outras três determinantes: a econômica (sustentabilidade: modelos de negócio e serviço); a organização social-política (marco regulatório que delimita papéis do estado e do privado, o que pode e não pode, quem faz o quê – distribuição do poder); e o conteúdo dos produtos televisuais: discurso social, produção cultural – construção do imaginário.

Passamos, portanto, a experimentar um fenômeno com impacto equivalente ao que instituiu as sociedades industriais midiáticas (VERÓN, 2004) no século XIX, com o progresso da imprensa escrita e com o posterior surgimento do rádio e da TV (século XX), ou à constituição da sociedade midiaticizada (VERÓN, 2004), com a evolução das mídias eletrônicas incrementadas no pós-guerra. Com a digitalização, qualquer cidadão teria, tecnologicamente, a possibilidade de se relacionar, em tempo real, durante uma emissão televisual, podendo escolher seus conteúdos, montar sua própria grade de programação e dialogar com a emissora, tensionando a própria relação entre as instâncias de produção e recepção, como também o discurso midiático e os próprios lugares autorais desse discurso.

Os estudos de comunicação, entre outras abordagens, vêm se debruçando sobre as relações entre produção e reconhecimento, na análise do discurso social midiático. Tais estudos apontam para uma zona de poder na organização desses discursos e em suas decorrentes operações ideológicas em favor de hegemonias que se confrontam com resistências culturais (MARTIN-BARBERO, 1998), gerando um espaço de possíveis regulações, a partir da identidade ou da alteridade (EAGLETON, 2001), ou transgressões a partir do dissenso (no sentido dado ao termo pelo filósofo Jacques Rancière, 2005). O mundo digital em curso aponta para uma reconfiguração das mediações, instituída em decorrência desta nova mediação (mediaticizada) que se estabelece a partir de uma lógica tecnológica na qual o técnico, deixando de ser meio, assumiria a condição de “*fim*” (MARTIN-BARBERO, 2004), isto é, de instrumento de ordenação das relações sociais.

Uma sofisticação do determinismo modelizante, tal qual pensou McLuhan (1969), em que as formas técnicas dos meios configurariam a percepção humana, a ponto de se

transformarem numa extensão do corpo, “*do sistema nervoso do homem*”.⁸ Nessa dimensão, já previa o autor, na década de 1960, as distinções temporais (passado e presente) e espaciais (próximo e longe) mostravam-se ressignificadas. Todavia, essa dinâmica da técnica nos oferece a visão estruturada pelo sistema tecnológico. Se considerarmos a dinâmica simbólica, também presente nesta reconfiguração, podemos perceber, igualmente, a instância ‘recepção’ ou ‘reconhecimento’ também como instância de produção de sentido, ou seja, pode-se pensar seus sujeitos também como autores.

O próprio McLuhan (1969), acusado pelos seus críticos de operar uma suspensão do simbólico, ainda assim, já afirmava, explicitamente, ao tratar dos diários, que, do ponto de vista do conteúdo, eram os consumidores que controlavam os meios e que a necessidade de participação da audiência seria o que daria forma a esse processo comunicacional. Se avançarmos no modelo proposto por Verón, devido à circulação existente entre as instâncias de produção e recepção, os sentidos produzidos no reconhecimento dos sujeitos acabarão, de alguma forma, por retornar à instância de produção, manifestando-se, possivelmente, como vozes ou dialogias nos produtos midiáticos.

O interesse da pesquisa em curso é focalizar essa produção de sentido advinda da instância de recepção, investigando suas formas de manifestação no texto da TV e as estratégias discursivas de que se utiliza para, à revelia da instância de produção, expressar suas vozes, impedindo com isso que elas permaneçam anônimas. Interessa também verificar *quando e por que* essas vozes são trazidas a público pela instância de produção e com que objetivo e funções, o que reitera a necessidade de uma revisão do lugar autoral (da recepção), com vistas a entender o que efetivamente se articula nesse papel “*fim*” da tecnologia, a partir do exame das relações entre sistema e processo, delimitando o lugar do autoral no discurso midiático.

Para Verón (2004), a relação entre produção e reconhecimento “é constitutiva da circulação do sentido”, o que permitiria identificar, no processo comunicacional, os espaços em que a recepção opera na construção discursiva. Verón, entretanto, percebe nesse processo uma indeterminação relativa à defasagem de tempo decorrente da circulação de sentidos. Tal defasagem tende a ganhar nova temporalidade com o desenvolvimento tecnológico,

⁸ McLuhan, em *contra-exploração* (1969), vai nos dividir o curso histórico da relação entre o homem e os meios de comunicação a partir do Homem pré-alfabético, que externaliza seu corpo a partir da sua relação com o barco e a casa; o Homem alfabético vai externalizar partes de si mesmo no livro, enquanto que o homem eletrônico externaliza o homem total, sendo seu ambiente de informação seu próprio sistema nervoso.

particularmente a partir dos dispositivos digitais, produzindo novos tensionamentos entre os sujeitos da produção e os da recepção, devido à criação de novos espaços de operações de poder. Segundo Verón (2004, p. 59), “na análise dos discursos, poder é o nome do sistema de relações entre um discurso e suas condições (sociais) de reconhecimento”. O conceito de poder, nessa perspectiva, diz respeito à “[...] problemática dos efeitos de sentido dos discursos (VERÓN, *id.*, *ib.*). Ora, o lugar aural, imagina-se, serve de estruturação do discurso social.

Em televisão, as instituições produtoras, tanto comerciais quanto públicas, esforçam-se por reconhecer a existência da recepção como sujeito. A TV privada, dirigida ao grande público, na lógica de mercado, trata o telespectador como audiência. Recorre às estratégias da pesquisa de opinião, mesmo que usando a interatividade por meio da *Web*, para reconhecer e, ao mesmo tempo, delimitar o possível lugar aural, o espaço do discurso de reconhecimento do telespectador. Suas promessas nas emissões televisivas dirigidas à recepção buscam dar conta do *desejo* daquele público imaginado por essas instâncias de produção.

A TV pública, por suas origens no Brasil, embora anuncie como missão o tratamento do telespectador como cidadão e *prometa* (JOST, 2004) a busca desse discurso de reconhecimento, conferindo-lhe um protagonismo via “interdiscurso”, acaba por esquecer seus propósitos e promessas. Coloca-se, assim, outro desafio, preliminar ao problema central, de como se estruturam hoje essas relações entre a emissora e o telespectador e de que forma se inscrevem no texto dos produtos dos programas de informação.

A maioria das emissoras dispõe de grandes estruturas de relacionamento com os telespectadores, desde serviços de atendimento ao telespectador, aos *sites* com canal direto entre o telespectador e as redações dos programas informativos das emissoras. Há ainda *chats*, fóruns e enquetes em que as empresas promovem uma interação mais direta com seus públicos. No portal *Globo.com.br*, a TV Globo mantém um cadastro e uma linha de diálogo com seus telespectadores. No *site* do programa “Fantástico”, o telespectador pode enviar vídeos de baixa resolução.

As contribuições de flagrantes gravados por anônimos, especialmente brasileiros em viagens pelo mundo, são enviadas diretamente pelo telespectador ao portal da Globo e têm sido veiculados pelo programa. Experiências semelhantes podem ser observadas nos *sites* de outras emissoras brasileiras e estrangeiras, como da DW (Alemanha), da BCC (Inglaterra) e dos canais públicos franceses. Em Paris, o Instituto Nacional do Audiovisual chegou a realizar um salão, em 2007, exclusivamente dedicado aos telespectadores (Veremos mais detalhes ao longo do terceiro capítulo.). A BBC e a TV Globo promovem visitas guiadas aos centros de produção de cada emissora. Enfim, com a digitalização, as estratégias dessa aproximação

entre os sujeitos de produção e recepção tendem a ficar mais sofisticadas, reconfigurando possivelmente também os modelos comunicacionais até hoje descritos.

2.2 O MODELO COMUNICACIONAL

A questão da interatividade coloca, no centro do debate acadêmico e profissional, algumas problemáticas caras aos meios de comunicação. A primeira delas é a confrontação entre a lógica difusionista e a lógica bidirecional. Ambas partem da teoria matemática da informação (SHANON e WEAVER, 1949), que desenvolveu o conceito de emissor, canal, receptor (Prevalece a difusão e a unidirecionalidade). Passam pela noção de codificação, decodificação e *feedback* (SCHRAMM, 1954), em que emissor e receptor podem inverter seus papéis (bidirecionalidade). Inscreve-se também nessas lógicas a noção de distribuição de conteúdo no sentido de um para muitos (difusão) e um para um ou uns para outros (sentido de rede).

A segunda problemática, uma consequência natural da primeira, diz respeito à questão da passividade ou atividade do receptor. Além das teorias difusionistas e bidirecionais, incorporam-se as teorias de processo inauguradas com Gerbner (1956), com conceitos de percepção e significação e ampliados pela escola funcionalista que influenciou, de alguma maneira, todas as demais escolas de teoria da comunicação que se seguiram. Grosso modo, a premissa de comunicação como processo exige que esta, para se estabelecer, dependa da relação entre sujeitos e meios como a linguagem e canais de difusão, portanto de sistemas que terminam por estruturar esse processo. A questão que se coloca é: qual o nível de interdeterminação interna ou interdependência que se opera na relação entre o texto (conteúdo) e a difusão (forma)?

Surge, então, a terceira problemática, que reside na confrontação entre a perspectiva tecnológica e a perspectiva simbólica. O tecnológico, enquanto dispositivo de comunicação, anima-se por uma relação entre o homem e a máquina, e a construção simbólica articula-se na razão da produção de sentido entre os sujeitos, portanto numa relação primária homem x homem ou numa relação mediada entre o indivíduo e os grupos sociais.

Essas questões nos remetem ao permanente tensionamento no campo entre a noção de sistema de comunicação - os dispositivos tecnológicos que permitem e, ao mesmo tempo, sobredeterminam as operações e o fluxo comunicacional, seja este individual (telefone),

massivo (radio, TV) ou em rede (Internet) - e os processos comunicacionais: a produção de sentido e a construção simbólica operadas e provocadas a partir dos discursos presentes nos textos que circulam mediante (ou mediadas por) esses meios. Dependendo do lugar que se aborda, tecnológico ou simbólico, tende-se a sucumbir à lógica de um e de outro. A interatividade, por sua vez, demanda um olhar transversal, portanto o entendimento de um modelo comunicacional mais complexo, uma vez que a comunicação, neste caso, especificamente midiática, não poderia dar-se sem a existência do sistema tecnológico de mediação entre produção e recepção. E este não teria sentido sem o processo de produção simbólica que a partir da tecnologia se opera.

Assim, essa complexidade nos desafia a olhar a comunicação midiática a partir da noção de sistema fechado e autorreferente (LUHMANN, 2005), que nos ajuda na compreensão no âmbito do sistema operacional e tecnológico, suas engenharias de difusão e auto-organização interna que lhe conferem autonomia em relação ao ambiente externo com o qual faria acoplamentos estruturais. Ao mesmo tempo, é preciso também perceber o fenômeno a partir da noção de sistemas abertos, dinâmicos, fora do equilíbrio (PRIGOGINE, 1990, 1996), que dão conta do sistema simbólico, dos signos, da linguagem. É da inter-relação entre esses sistemas que, acredita-se, há o espaço da dinâmica dos processos comunicacionais de produção de sentido e construção simbólica. Tal perspectiva nos direciona a uma dimensão de espaço virtual, de ambiente de interrelação, ou melhor, de ambiência onde esses sistemas atuam com conjunto.

2.3 OS ESTUDOS DE COMUNICAÇÃO

Acreditamos que os vestígios desta perspectiva de ambiência podem ser encontrados desde as origens dos estudos em comunicação, a partir das análises que se faziam dos sistemas socioculturais. Inicialmente, partiu-se de uma lógica maquínica do dispositivo que, por sua vez, se consolidou como referência do suporte e das lógicas da tecnologia, tendência que teve seu fôlego com os funcionalistas norte-americanos, que, enfrentando o dilema da abordagem humanística, científica e tecnológica, seguiram com Lazarsfeld⁹ numa abordagem científico-administrativa. Os funcionalistas realizam estudos de conexão entre as práticas e as

⁹ *Apud* Rüdger, 2003.

relações com as empresas que as sustentam, propondo uma abordagem também histórica, social e cultural. Para Lazarsfeld, o que importa é conhecer o impacto desse processo sobre o homem e a sociedade - princípio que fez escrever o manifesto de fundação dos estudos de comunicação mediada em 1941.

A Escola de Columbia (1940-1970), em que pese a limitação a qual se deparava no curso dos seus estudos¹⁰, alimentava uma crença do poder da mídia de controlar e dirigir as massas. Essa crença tentava submeter à prova empírica, buscando desenhar métodos capazes de mensurar as reações das pessoas às mensagens, confrontando causa e efeito como o primeiro estudo da campanha de Roosevelt em 1940. Essa Escola vai perceber que a capacidade de produzir efeitos não dependeria das mensagens, mas das predisposições, socialmente condicionadas, da audiência; que a relação emissor-receptor não dependeria da vontade do primeiro, tendo variáveis no sistema social com dependências em diversos fatores, como a posição social, formação familiar, nível de instrução e crenças políticas. Ainda assim, Lasswell arriscou formular uma estrutura para a função da comunicação na sociedade. Influenciado por uma noção biológica de organismo, buscou, na teoria dos efeitos limitados e indiretos, um conhecimento do uso para determinar o significado do fenômeno onde o efeito seria a função.

Podem estar, na inspiração desta visão estrutural-funcionalista, de função e efeito, as motivações constitutivas dos conceitos e da lógica presentes na matriz dos sistemas adotados pela tecnologia para o desenvolvimento dos suportes de Comunicação. Uma referência de verticalidade na operação e nos processos em cada meio. Importa-nos aqui é perceber e, em consequência, assinalar a configuração de um viés de sistema fechado com controle e harmonia que estruturaria as relações entre emissor e receptor, produção e recepção, e, de alguma maneira, sistematizando as mediações operadas por meio dos dispositivos, mesmo sendo entre instituições, produzindo um tipo de enquadramento do processo social (perspectiva de manipulação que, em certo grau, também animou a escola de Frankfurt).

Afinal, parte dos funcionalistas a noção de ato de comunicação na estruturação **do quem** (análise de controle), **diz o quê** (análise de conteúdo), **em que canal** (análise de meios), **para quem** (análise de audiência) e **com que efeito** (análise dos efeitos), ou seja, uma relação de necessidades e valores em que as comunicações apóiam as instituições (poder e

¹⁰ Baseada em estudo pioneiro de Lasswell: *Técnicas de propaganda na Guerra Mundial*, em 1927.

ideologia)¹¹. Constitui uma ideia de regulação que pautou a Escola de Frankfurt na revitalização da ideia marxista de “uso” dos meios de comunicação como aparelho ideológico, trabalhando o conceito de um sistema de controle, manipulador, hegemônico. Prevalece uma noção de “aparelho” que reforça o princípio da unidirecionalidade, mas, ao mesmo tempo, incorpora a lógica de produção simbólica, ainda que alimentando a noção de um receptor passivo, sujeito à sedução e à alienação.

Todavia a ideia de passividade vai perder sua consistência quando o mesmo Lazarsfeld conclui que as pessoas têm mecanismos de defesa à persuasão, promovem a circulação das informações que recebem, tendendo a ser mais receptivas às posições que ratificam suas próprias posições. O autor conclui que há, por parte do público, exposição, percepção e memória seletiva. A Escola de Chicago¹² rompe assim com a tese de passividade, encontrando, na teoria do fluxo de comunicação em dois estágios (*Two Step Flow*), outra dinâmica em que os conteúdos veiculados pelos mídias circulam entre os grupos sociais, e os consensos dependem das interações simbólicas entre estes. Ou seja, na complexa teia social, a ação dos meios de comunicação seria também mediada por líderes de opinião que, por sua vez, além dos jornalistas, também funcionariam como *gatekeepers*, filtrando as informações. Mais tarde, essas ideias - que dão origem ao grupo do Colégio Invisível ou Escola de Palo Alto - evoluem para a perspectiva de múltiplas mediações em que haveria a atuação dos agentes mediadores que atribuem sentido.

Esses processos vão trabalhar enquadramentos e interpretações, paralelas ou expandidas, em relação à mídia. São interações que levam em conta aspectos sociais, culturais, o contexto. É um postulado de semiose social, inspirado no conceito de semiose de Peirce, que nos remete a um sistema de significação, menos harmônico e mais aberto. É o sentido de semiose que vai estimular Verón nos seus conceitos de reconhecimento e circulação e que vão nos remeter ao discurso social, portanto subsidiar nossa ideia de ambiência midiática. Evidenciam-se, desta maneira e no nosso entender, as pistas que nos conduzem ao complexo sistema simbólico operado em processos de produção de sentido nas relações entre emissor e receptor num pressuposto mais dialógico, mais ativo. Uma

¹¹ LAZARSELD, Paul; MERTON, Roberto. *In*: COHN, **Comunicação e indústria cultural**. São Paulo: Companhia Editora Nacional/EDUSP, 1971, p. 231 a 253.

¹² A escola tem suas origens na sociologia (teoria da sociedade de massa) e na psicologia (teoria psicológica da ação) referência que marcou época no início do séc. XX.

perspectiva que dilui a este tempo, bem antes do conceito de interatividade sustentando pela informática, a ideia de passividade. Dito de outra forma, percebe-se que o percurso dos estudos de comunicação nos conduzem à indicação de outro sistema, mais aberto na operação das dinâmicas das mídias além daquele sistema fechado, regulador e organizador que, inicialmente, se imaginou único na estruturação do sistema midiático.

2.4 O SISTEMA, A ESTRUTURA E A MIDIOSFERA

A história do pensamento, nos últimos dois séculos, ocupou-se em dar conta da dialética relação entre o sujeito e a sociedade, o real e sua representação. As relações entre processo e sistema conseguiram, em parte, encontrar compreensão a partir do conceito de estrutura. Freud (1969) mergulhou no interior do indivíduo e emergiu com uma arquitetura que sistematizou e estruturou a própria relação entre a razão e emoção, a qual preferiu chamar de “aparelho mental”. O autor nos introduz conceitos de estrutura do consciente e do inconsciente, nos quais o ego seria formado pelo *id* (inconsciente, reservatório de energia afetiva) e pelo superego (consciência, realidade externa), que inauguram uma visão de sistema para dar conta do entendimento da repressão do indivíduo sobre ele mesmo, em contraponto com outra percepção posta a partir da própria teoria freudiana que é a subjetividade, o oculto, o indeterminado, que pode operar à margem da lógica do consciente repressor. Sem dúvida, um legado pré-estrutural e sistêmico num esforço para desenhar um inquietante *processo* que dará, mais tarde, em Lacan (*apud* LECTH, 2002, p. 83 a 87), luz ao simbólico, ao lado da noção de real e imaginário. É outro esforço estrutural para dar conta da relação *processual* entre o que é, o que imagino ser e o que vejo - uma perspectiva que vai instrumentalizar uma primeira noção de desejo e sedução usadas pela publicidade no sistema midiático.

A sociedade, enquanto sistema, aparece em Marx (1977). Segundo o autor, o poder interior da estrutura produtiva vai reger e controlar as relações do indivíduo, e a consciência ganha papel de reação positiva em oposição à alienação, a não consciência. Em Marx, o opressor é o sistema que, por sua vez, também opera em razão ideológica de dominação. Na busca por decifrar essa força, o filósofo alemão esmiúça o sistema produtivo a partir da inter-relação entre produção, distribuição, troca e consumo. Na visão do autor, há também uma inter-relação entre a macroestrutura (o sistema social geral) e infra-estrutura (os sistemas de função como o midiático). Para ele, na produção, os membros da sociedade “adaptam os

produtos da natureza em conformidade com as necessidades humanas” (MARX, 1977, p. 217-221), criando objetos que correspondem às necessidades dos indivíduos. Caberia ao processo de distribuição determinar a proporção do indivíduo na partilha, de acordo com as leis sociais, uma quota-parte só materializada pela troca, com base nas necessidades individuais somente desfrutadas no momento do consumo, tornando-se aí objeto de apropriação, de prazer. Curiosamente, o que se mostra linear ganha configurações de processualidade. Isso ocorre quando Marx, mesmo definindo produção como ponto de partida e consumo como chegada, diz que tais extremos operam numa relação dialética e admite graus de interdeterminação entre produção e consumo a partir da circulação. É esta leitura estrutural dos processos nos sistemas de regulação e operação que vão inspirar a dinâmica de um complexo de sistemas e subsistemas que, por sua vez, vão estruturar os processos de comunicação social. A relação entre o sistema mental do indivíduo e o sistema social, animados pelo sistema de produção, tanto vão inspirar a constituição da complexa engenharia de comunicação, seus dispositivos, estratégias e práticas decorrentes quanto o processo de produção de sentido que daquele resulta.

Em que pese o destaque para o viés de dominação e hegemonia¹³ (determinismo do sistema), na noção de circulação presente em Marx, acredita-se, apresenta, em contrapartida, um espaço para certa imprevisibilidade (indeterminismo) presente no processo e não prevista no sistema. Num primeiro momento, esse viés de desordem que encontraria abrigo na visão de sistemas de função de Luhmann (1997), seria administrado por uma operação autorreferente, por meio da qual o sistema seria chamado a uma reorganização interna, estruturando novos processos que o estabilizariam. As perturbações desse ambiente externo ao sistema seriam filtradas por uma relação de acoplagem, numa ação autofortificada do sistema, um protagonismo sempre da instituição (e suas engrenagens), jamais do sujeito que, para o autor, operaria como agente social. Uma operação que apropria para um sistema fechado o conceito de *autopoiésis*, de Maturana e Varela (1995)¹⁴, dando conta de uma auto-organização.

¹³ Tema presente também nas preocupações com a *reprodutividade* – banalização – cultural, destacada mais tarde por Walter Benjamin (1996), quando avança na leitura dos riscos desse sistema produtivo, operado na Indústria Cultural – estandarização – de Adorno e Horkheimer. N. E. Adorno e Horkheimer cunharam o termo “indústria cultural” em *A dialética do Esclarecimento*, para se referir à produção de cultura de massa. Os três autores fazem parte da chamada Escola de Frankfurt.

¹⁴ Autopoiésis, que quer dizer autoprodução, foi usado pela primeira vez em 1974 em artigo assinado pelos cientistas chilenos Humberto Maturana e Francisco Varela com o propósito de designar seres vivos como

Um segundo momento nos demanda a atenção à ideia das relações sistêmicas e a suas penetrabilidades, sobretudo àquela entre macroestrutura (o conjunto e a interrelação dos sistemas) e infra-estrutura (os sistemas de função que promovem operações de sustentação e até regulação da macroestrutura). O próprio Marx nos alerta que “na produção o indivíduo objetiva-se e no indivíduo subjetiva-se o objeto”, ou que “na distribuição é a sociedade, sob a forma de determinações gerais dominantes, que faz o papel de intermediária entre a produção e o consumo” (MARX, 1977, p. 222-225). Há aqui uma ação do sistema estruturando o todo que faz Marx desenvolver a ideia de que os meios de comunicação (mais especificamente a imprensa da sua época) funcionavam como aparelhos de sustentação do poder. Na construção de Luhmann, o sistema de comunicação opera hoje como regulador dos outros sistemas sociais, numa relação de interdependência. A nosso ver, tal determinismo pode ser verificável na infra-estrutura, no sistema operacional da mídia, nos dispositivos de produção e distribuição dos produtos audiovisuais, os sofisticados sistemas tecnológicos que vão obedecer às lógicas de sistema produtivo.

Essa ordem de determinação, em certo grau, também vai estar presente na razão do sistema linguístico de Saussure (1972). O autor afirma que a linguagem, sempre ordenada de forma específica, é um sistema ou uma estrutura. Segundo ele, qualquer elemento individual não tem sentido fora dos limites dessa estrutura. As diferenças existentes, que não são termos positivos, operam como uma espécie de totalidade, conferindo prova de arbitrariedade dos signos, determinados em convenções coletivas, nunca do indivíduo. Saussure faz uma distinção entre *Langue* (linguagem natural individual, vista como estrutura ou sistema) e *Parole* (atos individuais do discurso ou atos da linguagem como processo). Outra vez, aparece o processo amarrado pelo sistema e controlado pela estrutura na dimensão da linguagem. O que nos importa, neste ponto, é perceber a linguagem como elementar na lógica da comunicação que, em Saussure, aqui aparece com especificações de outro sistema.

Assim, a perspectiva da linguagem introduz a noção de um sistema com características distintas do sistema que dá conta do dispositivo de produção e distribuição. Em que pese Luhmann entender os meios de comunicação como um sistema fechado, autofortificados (que se protegem do ambiente externo), autorreferentes (autonomia e organização interna, uma

sistemas que produzem a si mesmos. Desta maneira, esses sistemas seriam autopoieticos porque recompõem seus componentes desgastados. Maturana sustenta, de certa forma, que estes sistemas são ao mesmo tempo autônomos e dependentes. Para ele a autopoiesis não seria apenas autorreferente, mas um processo de continuidade.

autopoiesis interna) e heterorreferentes (sua relação com o ambiente externo se daria por um acoplamento estrutural), e que as operações de linguagem poderiam ser subsistemas (códigos) internos a este, a semiologia, a partir de Saussure, nos configura esse outro sistema (o dos signos), com características próprias, específicas, especialmente se consideramos os conceitos de distinção e diferença defendidos por Luhmann. O sistema dos signos não obedece apenas à ideia única de função e, tampouco, à possibilidade de acoplamento. Ao contrário, de certa maneira, é transversal a todos os sistemas de função (de comunicação, político, econômico, científico, etc.) no macrosistema social.

Particularmente, a semiótica, em Peirce, coloca o sistema de signos na dinâmica do significado a partir da relação entre objeto, referente e interpretante. Introduce a ideia de semiose, cujas operações implicam em contextos e interações externas que, de certo modo, afastam a noção de determinismo, de linearidade; ao contrário, incluem a instabilidade ao sistema, o não linear, o desequilíbrio produtor de entropia. O sistema de signos de Peirce incorpora a ideia de imaginário, portanto percebe que a dimensão das imagens produz uma nova lógica, que se distancia das regularidades estáveis e da finitude da linguística. Com as imagens, as combinações entre os signos são infinitas, tornando este sistema de significação mais complexo. Dessa maneira, Peirce permite nos aproximarmos da ideia de estruturas dissipativas de Prigogine (1990)¹⁵, que são fenômenos de criação de ordem longe do ambiente de equilíbrio do sistema, que se dão na presença de fluxos exteriores, portanto numa dinâmica que não obedece a uma determinação. É essa dinâmica que possibilita a ligação, a interação entre os sistemas sociais e, em consequência, sua permanente evolução.

Teríamos um sistema aberto naturalmente autopoietico, com desequilíbrio, instabilidade, mas, na dimensão de Prigogine (1990, 1996), produzindo uma entropia positiva, já que esta leva a uma reorganização: um espaço de movimento, de deslocamento, uma fuga do linear, uma operação distinta tensionando a ideia de fechamento. Se pensarmos na proposição de Lotman (1981) que, na sua compreensão da semiótica da cultura, observa este processo na dinâmica na qual os signos operam na linguagem, vamos perceber esse fluxo entre a dissipação do referente no uso de uma linguagem, isto é, na ocupação que esta tende a fazer em novos espaços. Verifica-se a ressignificação que este signo vai adquirindo. Ao mesmo tempo, observa-se o vínculo que mantém com sua origem e, como retoma seu

¹⁵ Prigogine, por intermédio de uma experiência de laboratório, comprovou que as partículas com acesso em outros ambientes tendem a se dissipar e, ao ocuparem novo espaço, não só se reorganizam como mantêm um vínculo com a estrutura original.

equilíbrio com o ambiente depois da entropia inicialmente gerada. Persiste uma organicidade e, ao mesmo tempo, uma vivacidade que constantemente rompe com a estrutura-matriz. Um bom exemplo desse constante tensionamento é a comunicação da geração eletrônica, os jovens criados num ambiente da televisão, da *Web* e do telefone celular. O letramento linear, central na cultura desta civilização cede seu lugar para uma linguagem mais visual, gráfica, econômica nas palavras cujos signos originais ganham outros usos.

Dessa maneira, verificamos dois sistemas coabitando e interagindo no mesmo espaço conquistado pelo midiático no macrosistema social. São dois sistemas distintos (um fechado outro aberto) vivendo em permanente tensão e cumplicidade operacional e produtiva: o tecnológico, no qual se opera a produção e a distribuição, e o simbólico, no qual se opera a produção de sentido e a semiose. Não haveria apenas uma situação de acoplamento, no sentido descrito por Luhmann, ou ainda a operação em que um constitui sistema maior e outro, subsistema.

Trata-se de uma operação conjunta em que nenhum perde suas características originais, mas interagem entre si, gerando uma dinâmica comum. Nesse espaço, ocorre certo nível de interpenetrabilidade mútua, particular, que obedece a fluxos contínuos que se compõem e dissolvem, produzindo ao mesmo tempo operações conjuntas e assegurando uma interdependência. Dessa interpenetrabilidade resulta outro espaço, virtual, fluídico, em que as operações são mais dinâmicas e complexas. Se pensarmos no esquema de elipses (figura abaixo), teremos um sistema permeando o outro e, dessa interação, é que se constituiu um lugar, um espaço, um terreno virtual de confronto entre as duas lógicas, mas, ao mesmo tempo, de realização, de consumação. Considerando que os dois sistemas têm capacidade autopoiética, é nesse lugar de interação que reorganizam suas operações em busca do equilíbrio e da continuidade. Imagina-se este lugar como uma *ambiência midiática* de produção de sentido, um lugar onde o real e o imaginário, o material e o virtual convivem.

Tomando como exemplo a televisão, todo o sistema produtivo de uma emissora, seja sua estrutura organizacional-administrativa (subsistemas de gestão, comerciais ou de sustentabilidade), sejam os dispositivos de produção e distribuição (subsistemas de engenharia de captação, de edição e transmissão – equipamentos de gravação, montagem, exibição e transmissores - subsistemas de engenharia de produção – estruturas de equipes, cenários, esquemas de realização com base em custos), corresponde a um sistema fechado. Este vai se proteger do ambiente externo (sistema econômico – financiadores, anunciantes, concorrentes, o mercado; sistema político – concessões públicas, leis protecionistas, impostos) e com ele interagir, considerando os níveis de interdependência, se relacionar por

acoplamento estrutural, autofortificado, como pensa Luhmann. Seria o SPD – Sistema de Produção e Distribuição.

Por sua vez, o sistema de criação, que recorre à linguagem audiovisual para a construção das narrativas que vão contar as histórias presentes nos produtos da TV (telejornais, revistas eletrônicas e relatos, documentários, telenovelas, séries, *sitcoms*, *shows*, jogos, programas ao vivo), vai operar com as lógicas de sistema mais aberto. Vão depender de variáveis externas que se dissipam, como, inferimos, pensaria Prigogine (1990), para fora das suas estruturas modelizantes do *script*, do roteiro, do estúdio, dos esquemas da multicâmera, das normas de estilo, de redação, dos manuais. Mas, a cada nova desordem, perturbação do equilíbrio, o sistema vai rapidamente se reorganizar, se adaptar, ser permeável. Em certo grau, a medição de audiência funciona como um dispositivo de leitura dos níveis de perturbação, ou seja, a produção de sentido para se realizar depende do telespectador; é externa. Assim teríamos o SSi - Sistema de Significação.

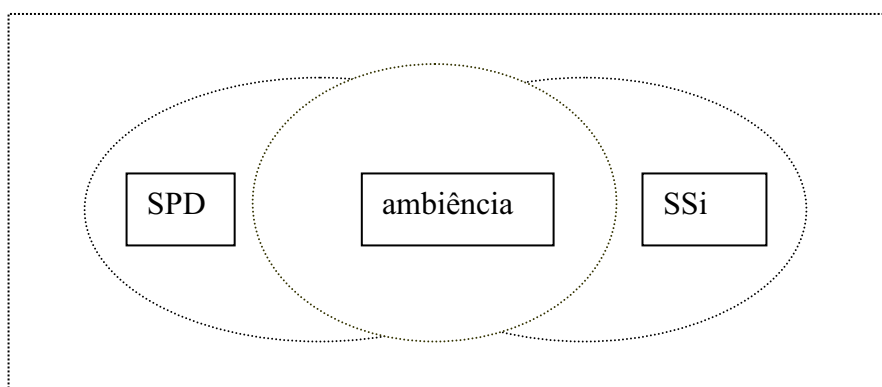


Figura 1 - Gráfico representativo das dinâmicas de atuação dos sistemas operando em intersecção no âmbito da mídia.

O resultado da produção dos sistemas de televisão (SPD e SSi) precisa do lugar onde tudo que foi produzido e que é exibido seja assistido. Só então vai ganhar a dimensão de produção de sentido. É o espaço construído pelas operações de interpenetração desses sistemas. É a sala das casas, que durante muito tempo foi esse lugar virtual¹⁶ onde as famílias passaram a se reunir para ver televisão e comentar sobre o que viram, operando, assim, a dinâmica da semiose (o processo de interpretação no sentido peirceano), da significação. Essa

¹⁶ Entende-se o espaço da sala de TV com virtual considerando o conceito de neo-televisão sustentado por Umberto Eco (1984) ao descrever os princípios dialógicos simulados pelos apresentadores e figuras que desfilam pela programação televisiva para com o público que está do outro lado da tela.

produção simbólica vai se construir e, a partir daí, vai ganhar as ruas, vai estar nas relações mediadas, como veremos mais adiante. Depois a TV foi parar no quarto, na cozinha, no escritório, no restaurante, na rodoviária, no aeroporto. Hoje é possível ver TV dentro do trem, do ônibus, do carro, pela Internet e pelo telefone móvel. São novas condições técnicas de recepção que vão deixando mais evidente as interferências do SPD cada vez mais complexas nessas dinâmicas de produção.

É essa ambiência midiática, lugar virtual de produção, circulação e consumo nos qual os sujeitos da comunicação também atuam, que compreendemos como midiosfera, um conceito que se inspira na noção de semiosfera de Lotman (1981), mas que dele se difere por entender esta zona entre os sistemas não somente como um ambiente de materialidade no qual os sentidos se manifestam nos textos ou sistemas de signos processados neste espaço semiótico.¹⁷ Na midiosfera, não temos apenas a operação das dinâmicas dos signos presentes na semiosfera; as operações invadem o universo da noosfera, na dimensão do pensamento e da tecnologia. Nela as semioses se expandem, assumem dinâmicas voláteis, perturbam permanentemente todos os sistemas dos quais ela resulta.

Trata-se de um processo que nos ajuda a compreender a ideia de televidência de Orozco (2002)¹⁸, como também o sentido de videosfera de Debray(1993).¹⁹ É o lugar da

¹⁷ A ideia de esfera que Lotman empresta do biogeoquímico russo-ucraniano Vladimir Vernadski (1920), para quem tudo que é vivo, existe em conexão no globo terrestre, constituindo uma biosfera no interior da qual tudo em relação se opera. Para o autor, nenhum ser existe fora de um ambiente com o qual e por meio do qual atua e interage. O mesmo Vernadski também cunhou a noção de noosfera que distende esta mesma dinâmica para o âmbito do pensamento, das ideias. Uma esfera onde a reflexão e as formulações que deste resultam obedeceria à mesma dinâmica de atuação e inter-relação com o meio e suas circunstâncias. Essa perspectiva ainda foi retrabalhada pelo filósofo jesuíta francês Teilhard de Chardin (1981), que incorpora a tecnologia ou os processos tecnológicos à dimensão da noosfera (esfera na qual se estruturariam e operariam os sistemas da cultura e os sistemas mentais).

¹⁸ O termo Televidência foi adotado pelo pesquisador Guilherme Orozco (1992, 1996, 2002) para designar as múltiplas mediações de consumo cultural e leitura dos textos televisivos feitas pelo público no espaço das famílias, das comunidades dos grupos sociais, dando conta de que um texto televisual, depois de sua emissão, passa a ser processado pelo indivíduo telespectador nas diversas interações que vivencia no seu dia a dia.

¹⁹ Nos apropriamos ainda da mesma essência que, talvez, tenha inspirado Debray (1993) para fazer uma leitura das representações de poder no seu estudo do “Estado sedutor” e superdimensionar as dissipações

dinâmica do simbólico, onde ganham corpo as mediações e estratégias midiáticas de relacionamento com seus públicos (o agendamento, a visibilidade, a autorreflexividade²⁰), mas é ambiência não apenas da produção e publicação; é também e, sobretudo, o ponto onde o texto é lido, e as consequências desta leitura se manifestam na construção de um imaginário individual ou coletivo. É onde se torna possível emergir um mundo midiático que vai criar suas próprias referências junto aos seus públicos, ao mesmo tempo em que interage com o mundo natural e o mundo ficcional, presentes nas narrativas de parte dos textos que circulam nesta ambiência.

É o fenômeno que se deu entre os jornais e seus leitores: a rádio e seus ouvintes, a TV e seus telespectadores e, recentemente, entre a Internet e os internautas. Nesse lugar de interpenetração dos sistemas de comunicação, produtores (empresas de comunicação, os veículos) e receptores (leitores, ouvintes, telespectadores, espectadores, internautas) encontram-se para o consumo do conteúdo e de suas leituras possíveis. No caso da comunicação audiovisual, são possibilidades infinitas. É nesse sentido de midiosfera que acreditamos haver abrigo para o fenômeno da constituição e interação com as comunidades de recepção, especialmente as comunidades virtuais da *Web*, que, portanto, abre espaço à perspectiva da interatividade e da convergência de suportes.

2.5 NOSSA PROPOSTA DE MODELO COMUNICACIONAL

deste processo virtual simbólico para constituir sua noção de “vídeosfera” na qual estruturas regidas pelo sistema econômico (mercado), em comum acordo com os sistemas de comunicação social, operam uma lógica de consenso, promovendo uma democracia de opinião por meio das sondagens. A vídeosfera de Debray, é a esfera na qual o ideal típico é a democracia, a tecnológica é um símbolo funcional, o monitor de TV é o lugar de exaltação, as transmissões (ao vivo) são o ritual de apresentação (visibilidade) e o *status* de governança estariam nas mãos do telespectador. É verdade que Debray encaminha sua postulação com um enquadramento mais na linha dos sistemas fechados, com um viés determinista acompanhando a mesma direção de Luhmann. Todavia, Debray concebe um espaço virtual através do qual as dinâmicas dos sistemas de função (inclusive o midiático) são mediadas pela mídia vídeo. Assim, o que vai nos importar aqui é a ideia de um lugar virtual de construção de sentido, em que a mediação se dá por meio dos sistemas midiáticos.

²⁰ É esse lugar que vai permitir o desenvolvimento da autorreflexividade, da suprarrealidade defendida por Elisabeth Duarte (2003), em que a TV cria seu próprio mundo e passa a falar dela própria.

Nada da ação humana escapa de uma motivação de desejo ou poder ou os dois ao mesmo tempo. Nem mesmo um singelo ato de solidariedade, de cooperação se exclui do desejo e, até, do prazer em fazê-lo, isso quando não opera a troca da dádiva pela recompensa (BOURDIEU, 1996) ou articula-se na aspiração de poder, ainda que reste na ação aquele sujeito ou instituição atingido pela atitude solidária. O fato é que essas intenções se explicitam nos nossos discursos. Foucault nos provoca: “[...] por mais que o discurso seja aparentemente bem pouca coisa, as interdições que o atingem revelam logo, rapidamente, sua ligação com o desejo e com o poder” (FOUCAULT, 1996, p. 10). Seriam essas motivações que, de alguma maneira, nos inserem como sujeitos sociais, seres de livre arbítrio que se movem na sociedade, nas suas relações com o outro, as organizações, as instituições, os regramentos, as regulações, os pactos, os sistemas em permanente interação, articulação e/ou sujeição. São movimentos que se inscrevem nos nossos discursos.

Seguindo a linha da psicanálise, Foucault afirma que

[...] o discurso não é simplesmente aquilo que manifesta (ou oculta) o desejo; é, também, aquilo que é objeto do desejo; e visto que – isso a história não cessa de nos ensinar - o discurso não é simplesmente aquilo que traduz as lutas ou os sistemas de dominação, mas aquilo por que, pelo que se luta, o poder do qual nos queremos apoderar (1996, p. 10).

Na visão do filósofo, até identidade pessoal é um discurso numa operação de poder, pois ele defende que a construção da identidade trata-se de um processo ativo, que se dá pelas interações e é comunicada por essas interações. Obedece, assim, a uma dinâmica temporária, fluídica, tal como o poder, que não pertence a alguém, mas está presente em todos os lugares onde pode ser exercido. E as pessoas tendem a usar esses espaços para conseguir o que desejam. Da mesma forma, vão encontrar resistências, o que Foucault chama de contrapoder. Daí se pode inferir que nenhuma interação escapa do confronto de desejos e de poder manifestos discursivamente, ou seja, um confronto que estará presente nos atos comunicacionais, na produção simbólica e na troca de sentidos.

Em caráter preliminar, podemos entender que a relação entre emissor e receptor, no espaço da midiosfera, nesses atos comunicacionais, efetivamente não é passiva e é investida de intencionalidades, de parte a parte, para a construção de sentido e das referências que vão constituir o imaginário, as significações que ali se operam: num primeiro momento, do desejo de convencer o outro sobre a identidade pessoal, o que penso, do que gosto, como vejo e

como represento o mundo, o que, como destaca Foucault (1996), pode oferecer ou encontrar resistências. Ao superar as resistências do outro, estamos exercendo poder, ou seja, é resultado de um jogo discursivo de poder e contrapoder. Se existe uma identificação deste outro com as mesmas perspectivas que apresentamos, a resistência será menor, e a adesão mais fácil e intensa. Do contrário, é mais complexa. Essa noção nos conduz à ideia de consenso construído discursivamente, ou mesmo, uma produção de dissenso no sentido de Rancière (2007)²¹. Nessa ambiência midiática da midiosfera, podemos inferir que o imaginário individual ou coletivo que nela se desenvolve contribui, nessa dimensão, para a produção desse consenso ou dissenso. O que, de certo modo, explica a formulação do senso comum ou majoritário.

Verón (2004) propõe que as relações de produção e reconhecimento são constitutivas da circulação do sentido, o que nos permite identificar um processo comunicacional em que há “interlocutores”, dentro dos “processos tecnológicos de comunicação” e que há uma defasagem nesta troca que tende a ganhar nova temporalidade com o desenvolvimento da tecnologia, particularmente as possibilidades digitais, precisamente a interatividade. Outra vez a dinâmica dos sistemas de comunicação se desenvolve no sentido de fortalecer a ambiência. Hoje o tempo de resposta já pode variar, dependendo do canal de *Feedback*, carta, telefone ou Internet. Tal perspectiva nos coloca outra questão: que níveis de variáveis teríamos com a digitalização e a convergência das mídias? Seguramente, o fenômeno tende a produzir tensionamento entre os sujeitos da produção e sujeitos da recepção, constituindo, de certo modo, na midiosfera, um espaço de operações de poder. Confronta-se aqui um “processo” cuja não linearidade apresenta graus de indeterminação com a perspectiva de linearidade e de determinismo presente no “sistema” de produção e distribuição massiva de conteúdo, que é o caso da televisão aberta, que opera na relação de um para muitos.

Mostra-se, assim, na sociedade midiaticizada, a presença de um enfrentamento de lógicas de construção ou operação discursiva que se evidenciam na midiosfera, onde, acredita-se, se exprime e se constitui um lugar autoral. De um lado, a instituição midiática tende a usar o sistema físico dos meios (lógica de sistema fechado) para estruturar o processo entre as instâncias de produção e recepção. Por outro lado, o fenômeno da circulação institui o processo comunicacional (lógica do processo), em que o discurso do reconhecimento (VERÓN, 2004) tende a lançar mão dos meios (interoperabilidade e convergência de mídias)

²¹ Conceito apresentado durante entrevista dirigida por Kieling para o programa “Sala de Entrevistas”, do Canal Futura, Fundação Roberto Marinho, gravada em Paris e veiculada em dezembro de 2007.

para abreviar o tempo de defasagem na resposta, animando esta dinâmica de produção de sentido (lógica de sistema aberto). Mostra-se necessário rever as operações e relações dessas lógicas de sistema e processo para o entendimento das premissas que devem nortear uma abordagem dos possíveis lugares autorais do sujeito da recepção na construção do discurso social midiático e suas possibilidades na digitalização, ou seja, na interatividade.

Na mídia televisão, as instituições produtoras, tanto comerciais quanto públicas, esforçam-se para reconhecer a existência da recepção como sujeito. A TV privada, dirigida ao público heterogêneo, absorvida pelas demandas da lógica de mercado, tende a tratar o telespectador como audiência, numa perspectiva estatística, de indicador de resultado e de venda, e como consumidor, um comprador de conteúdo de entretenimento e informação e de serviços. Recorre às estratégias da pesquisa de opinião, mesmo que usando a interatividade por meio da *Web*, para reconhecer seu público, mas delimitar o possível lugar autoral, o espaço do discurso de reconhecimento do telespectador.

A TV pública, por razão de origem, anuncia que sua missão é tratar o telespectador como cidadão, buscando o discurso de reconhecimento com a participação protagonista no “interdiscurso” (VERÓN, 2004) desta mídia. Uma visita aos *sites* de duas emissoras francesas (TF1 e France 2) e duas brasileiras (Globo e TV Cultura), verificamos que até julho de 2009, em todas, há um espaço de contato direto, *chats*, fóruns e *blogs* onde os telespectadores podem participar.

Entre as emissoras francesas, na TF1, é evidente a noção comercial e a visão de negócio, onde o espaço do telespectador é de consumidor. Na pública France 2, diferentemente, há até um clube do telespectador que dá acesso gratuito às produções e às informações detalhadas sobre as realizações audiovisuais do canal. Entre os brasileiros, o *site* da TV Cultura (2007) destaca o espaço para o telespectador por meio de um projeto destinado a estudantes para participarem de expedições promovidas (Em 2009, o canal vai introduzir um espaço para postagem de conteúdos e *blogs*.), mas é o canal comercial (TV Globo) que apresenta o maior número de janelas para a participação. Há pesquisas e convites para o telespectador contribuir com o conteúdo do canal.

Essa dimensão expandida²², possibilitada pela ambiência midiática, permite que as emissoras saiam da tela original e ocupem a ambiência de outras mídias, criando novas

²² A ideia das estratégias de “extensão”, como indica o pesquisador Henry Jenkins (2008), diretor do Programa de Estudos de Mídia Comparada do MIT (Instituto Tecnológico de Massachusetts, EUA), contempla formas de expandir mercados latentes através de diferentes sistemas de distribuição. A ação ideal contemplaria

transversalidades e uma midiosfera das convergências²³, o que nos convoca para irmos além do texto audiovisual em si, evitando o risco da imanência, que seria uma análise somente interna do texto. Também não é possível ignorar, na dimensão de Foucault, as intencionalidades do discurso.

Na interatividade, mais do que nunca, é preciso olhar o sistema e o processo, o dispositivo e o texto, a forma e o conteúdo. Assim, na noção de discurso midiático, vamos encontrar o posicionamento das empresas de comunicação, que, na definição do *marketing*, seriam a visão, o credo e a missão da empresa, o discurso da marca. No jornalismo, seriam as marcas editoriais, os critérios dos filtros (*gatekeeper*²⁴) e os critérios de eleição dos temas (*agenda setting*²⁵), abordados pelas produções dos canais (aspectos que vão impactar nas condições de produção e no produto).

sinergia na otimização dos meios e o controle das manifestações possíveis nesses espaços, além das operações de franquias vislumbrando um “branding” (gestão da marca) rentável no tratamento de uma marca gerada no mercado de conteúdos ficcionais. É essa perspectiva que tem conduzido as organizações a encarar a convergência, que, para Jenkins, trata-se do “fluxo de conteúdos através de diversos suportes” (2008, p. 27). Conceito que vamos adotar uma vez que abriga nosso entendimento de que observamos um movimento que decorre da digitalização dos suportes de produção e dos meios de distribuição de conteúdos e que, por sua vez, vem configurando novas dinâmicas, tanto nas relações entre produtores e receptores quanto nos textos que desta resultam.

²³ Essa possibilidade de criar um universo próprio envolvendo os consumidores num processo de colaboração, que resulta em fidelização, fez Henry Jenkins desenvolver o conceito de narrativas transmidiáticas. O pesquisador percebeu uma nova estética na experiência dos irmãos Wachowski, que escreveram e dirigiram os filmes de *Matrix*, que resultou numa rede fãs pelo mundo todo que, por sua vez, passaram a imaginar desdobramentos para a história. Nesse movimento consumiram avidamente livros, revistas, roupas e jogos. Na observação de Jenkins, para se experimentar plenamente esse universo ficcional proposto na saga futurista, os consumidores precisaram assumir um papel de “caçadores” e de “coletores” e tiveram que sair perseguindo pedaços da história em diversas mídias. As descobertas precisaram ser compartilhadas e comparadas com as de outros fãs em grupos de discussão em rede.

²⁴ O termo *gatekeeper*, que se refere a quem toma uma decisão numa sequência de decisões, no jornalismo aplica-se as escolhas que o jornalista tem que fazer ao curso do fluxo que a notícia passa no processo de produção da informação. São os vários portões, na verdade, áreas, pontos de escolhas e decisão como o quê do material que chega a redação deve ser publicado, onde e como. Essa apropriação foi apresentada pela primeira vez em 1950 por David Manning White.

²⁵ Agenda *Setting* ou teoria do agendamento foi formulada na década de 70 por Maxwell McCombs e Donald Shaw para explicar o processo pelo qual a mídia selecionar os temas e trabalhar sobre eles elege as prioridades as quais a opinião pública deve se ocupar, debater.

Na noção de François Jost (2004), trata-se das promessas do canal, uma ação unilateral diante do telespectador para, na mesma razão da publicidade, tentar sensibilizá-lo para o conteúdo televisivo que lhe está oferecido. Poderíamos entender que seria a forma como as emissoras se apresentam para a dinâmica de referências simbólicas na ambiência midiática. O *slogan* institucional, por exemplo, que é difundido pelas emissoras por meio da programação, ou mesmo, do *site*, nos materiais de autopromoção, como o caso “A Gente se vê por aqui” (TV Globo), “A TV que faz bem” (TV Cultura), “Canal do Conhecimento” (Futura), “Pensando com Você” (TV Unisinos), funciona como uma promessa de enquadramento conceitual da programação e editorial dos conteúdos veiculados. A TV Globo, quando diz “a gente se vê por aqui”, está comunicando que sua proposta é ser um espaço de encontro, onde o que importa para ela é o telespectador.

Jost chega a defender que, para compreender e examinar um programa de TV, é preciso examinar todos os elementos que participam da sua comunicação. Sejam “[...] revistas editadas pelas emissoras para informar os profissionais, dossiês de imprensa, entrevistas com os idealizadores ou autores, título do programa, anúncios publicitários” (JOST, 2004, p. 30), em tudo há a construção da promessa, a comunicação da promessa ao telespectador. A promessa é de aproximação, fortalecendo a ideia da existência da ambiência e de um mundo à parte entre a emissora e/ou seu telespectador, uma estratégia que acompanha a história do canal, em parte amparada numa longa e larga liderança de audiência entre as principais redes de televisão brasileiras. No Canal Futura, a promessa é de oferecer o saber, o espaço de encontro onde é possível aprender. Na TV Unisinos, a proposta também é de aproximação e avança para uma oferta de pensar junto.

Nessas dinâmicas que ganham lugar na mídiósfera, as lógicas do regime de crença, pautadas pela verdade (informação) e semelhança (ficção), mostram-se insuficientes para dar conta dos cruzamentos que resultam dessas novas estratégias de comunicação adotadas pelos canais. Há, nessas construções simbólicas e nas tensões discursivas que delas resultam, dissipação de fronteiras entre o mundo natural e o mundo midiático. As narrativas de representação do nosso mundo: realidade, ficção e ludicidade, presentes no texto audiovisual, se movimentam mais livremente por essas fronteiras dos relatos. A ideia de promessa de Jost parece oferecer uma alternativa de partida bem mais eficiente para a análise dessa complexidade. Ele mesmo postula a hipótese de “um terreno comum”, onde se dão as relações entre as instâncias de produção e recepção no universo da TV que se aproxima da nossa perspectiva de mídiósfera:

[...] as emissoras, os programadores, os mediadores como os telespectadores comunicam-se porque eles se situam em um terreno comum. Esse terreno comum, constituído por aquilo que eu chamo de mundos da televisão, confere sentido aos gêneros televisuais” (JOST, 2004, p. 31).

Para Jost (2004), a promessa, que ganha dimensão neste lugar comum e que vai resultar numa concepção particular dos gêneros, aconteceria em dois tempos, ao contrário do contrato entre emissora e telespectador (tese defendida por Verón, por exemplo), que, por seu turno, seria tácito, instantâneo, sincrônico. Entende Jost que, num primeiro momento, o telespectador exige que a promessa seja mantida, e, num segundo, verifica se ela foi efetivada.

Uma chave na noção de promessa é a interface dos gêneros que têm, por seu turno, uma promessa constitutiva, ontológica. Do tipo a comédia faz rir, a transmissão ao vivo é mais autêntica, os programas de informação falam da realidade, as novelas são histórias de ficção. Nessa linha, poderíamos compreender que a interatividade, quando anuncia que os dois sujeitos do ato comunicacional podem ter uma relação bidirecional, diz que o telespectador pode falar diretamente com a emissora. Teríamos, assim, na promessa da interatividade, uma proposta de dialogia, de coautoria.

Se considerarmos o postulado de Foucault sobre a intencionalidade do discurso e o combustível de desejo em convencer o outro, portanto, de poder convencê-lo, a visão das emissoras pelo posicionamento institucional do canal, do conceito da sua grade de programação e dos seus programas se encontram no nível do primeiro passo da promessa diante do telespectador. A partir do momento em que este telespectador venha a aderir à emissora, à sua proposta de grade e aos seus programas, cumpre-se o segundo estágio sugerido por Jost, ou seja, aos olhos do telespectador, a promessa se efetiva.

A partir daí, tende a haver uma relação com este canal no espaço da ambiência midiática, da midiosfera. E a continuidade dessa relação, acredita-se, migra para uma nova dimensão que demanda uma negociação permanente de sentido em que se pode retomar a noção de contrato proposta por Verón, mas num sentido de vínculo, não mais tácito, mas, sim, construído. Se pensarmos o exemplo das telenovelas brasileiras, há toda uma construção de promessa que envolve as ações de lançamento até a estréia. Toda uma estratégia discursiva é trabalhada no sentido de atrair o telespectador. Ao longo dos primeiros capítulos, acontecem os dois estágios de Jost: (a) primeiramente, o telespectador assiste na expectativa de que a promessa seja mantida e, depois, avalia se ela vai se efetivar ao longo do desenvolvimento inicial da trama; (b) a partir daí, teremos a adesão à promessa, neste momento entendida como proposta.

O telespectador entra para o universo da narrativa, do texto-novela, e o que segue ao longo da trama na relação entre ele e os realizadores (escritor, diretor, atores, etc.) é o contrato de leitura, mais que isso, de vínculo. Os códigos que vão animar a compreensão se materializam nos núcleos dramáticos, nos personagens-chave, nas tramas-guia, nas referências cênicas dos *sets* de gravação. Os vínculos que vão sendo constituídos permitem atualizações dos códigos e das referências no interior do texto “novela”. Imaginamos que é essa mesma perspectiva que vai estabelecer a longevidade dessa relação entre a emissora e o telespectador. É a fidelidade que assegura ao sujeito a condição de telespectador do canal tal e o estatuto de “parte” do clube da emissora, portanto, de apto a interagir na mídiósfera, produzir sentido e a propor ou negociar suas inscrições na narrativa.

No caso das telenovelas, têm sido recorrentes as reações do público, que são incorporadas na trama pelos realizadores. Bastaríamos lembrar a novela das oito, “Paraíso Tropical” (Rede Globo de 2007), onde a trama de um assassinato envolveu todo o telespectador brasileiro numa grande discussão e investigação virtual para descobrir o assassino antes da revelação do roteirista da novela. O fenômeno gerado na mídiósfera sobre essa novela virou notícia não só nos programas de jornalismo da Globo, mas em grande parte da imprensa brasileira. O programa “Fantástico”, por meio do quadro “VC no Fantástico”, convocava os internautas a produzirem suas versões em vídeo sobre o assassinato da novela. As encenações selecionadas pela produção do programa foram ao ar²⁶.

É essa configuração que vai inserir o telespectador na dinâmica de consenso ou dissenso ao que é proposto na construção de sentido, ou seja, é a condição de “parte” social (o vínculo de telespectador) e econômica (o vínculo de audiência, consumidor) que vai animar essa relação. Assim, num segundo ciclo deste processo que iniciou no estatuto da promessa, há o estatuto do contrato e a possibilidade de ruptura desse contrato, tirando o telespectador da passividade. O que nos interessa nessa perspectiva é, primeiramente, entender que a relação entre emissor e receptor é complexa, e tem razão Jost, ao afirmar que a perspectiva semiótica, sozinha, tem limitações para entender esse fenômeno.

Por isso, acreditamos que a dimensão pragmática da promessa, que vê a enunciação da TV num contexto geral, dinâmica, ajuda a compreender melhor essas operações. Juntamente a essa perspectiva, articulamos uma semiótica do texto. Entendemos que somente a combinação das duas pode nos ajudar num olhar mais transversal dessa relação entre as instâncias de

²⁶ Esta experiência do Fantástico pode ser verificada no portal Globo.com, no *site* do programa, <http://fantastico.globo.com/Jornalismo/FANT/0,,15605-p-12%7C08%7C2007,00.html> (acesso em 12/11/2007).

produção de sentido na mídiósfera. Acolhemos, assim, em uma primeira aproximação à nossa visão de modelo comunicacional, que a noção de produção, reconhecimento e circulação (VERÓN, 2004) se daria numa relação entre sujeitos da comunicação em duas dimensões. Primeiramente, na dimensão da promessa e nas suas duas etapas (JOST, 2004), onde será possível identificar os três níveis de identidade de um canal:

- 1- O conceito da programação: a visão institucional, editorial;
- 2- Os programas: o conceito da programação; a questão dos gêneros, do tema e do tom que articulam a programação;
- 3- O discurso do canal: identidade visual, roupagem dos programas, as chamadas, as atrações.

Dessa maneira, numa perspectiva pragmática, na dimensão da promessa proposta por Jost, podemos resgatar as operações do sistema de produção e distribuição que tensionam e se inscrevem no sistema simbólico de sorte a perceber e descrever as estratégias de atuação das emissoras na mídiósfera. Nesse caminho, Jost ainda nos oferece um rico instrumento de análise que se alicerça numa lógica de dinâmica entre as fronteiras dos gêneros televisivos a partir da sua idéia de mundos da televisão. São as representações narrativas do mundo real, ficcional e lúdico que atribuem um sentido instável aos gêneros da TV, sentido que varia no curso das suas migrações de mundo ao outro e da concepção dos programas endereçados à recepção. Com base num triângulo ao estilo peirceano, o autor percebe um movimento entre o que poderíamos chamar de gêneros de realidade: jornais, documentários, ficção (novelas, telefilmes) e ludicidade (jogos, programas de auditório). A dinâmica de movimento entre essas fronteiras pode ser alcançada pela indicialidade, apropriada também em Peirce por Jost, que vai estar presente nas narrativas. Trata-se das indicialidades de um gênero que vão estar presentes nas narrativas de um ou outro desses gêneros, misturas, híbridadas.



Figura 2 - Triângulo de Jost.

Entendemos que esse dispositivo nos é chave para descrever um programa como o “Fantástico” da TV Globo (nosso objeto de análise) que movimenta suas narrativas entre os mundos da televisão (como foi no caso da telenovela que citamos acima), desde sua origem, em 5 de agosto de 1973, comprometendo-se em “misturar jornalismo e entretenimento de maneira dinâmica e acessível”²⁷. Da mesma forma, instrumentaliza-nos para compreender a promessa do canal por meio da sua editorialização e estética, sobretudo a idéia de interatividade experimentada pelo programa há mais de dez anos.

A segunda dimensão constitui a perspectiva do texto, em que o sentido de contrato e pacto da semiótica (presentes em Verón), aqui entendidos na perspectiva de vínculo e negociação, se mostram pertinentes para uma compreensão das lógicas enunciativas. Se o poder se manifesta pelo discurso, ele pode ser detectado no texto, e uma análise da estrutura enunciativa, acreditamos, ajudaria a identificar as intencionalidades e encontrar marcas dessa tensão de poder e contrapoder.

Os rastros identitários são os do enunciador ausente, do enunciador (ou narrador) implícito, do enunciador concreto (combinando aqui Genette,1972, e Metz,1995) e do enunciador virtual (que explicitaremos mais adiante), que se declarariam os autores deste discurso. As hierarquias presentes na polifonia enunciativa (as vozes identificadas por de Bakhtin na literatura e por Machado, no telejornal), que, por sua vez, resultam numa produção simbólica ou promovem produção de sentido, enfim, suas estratégias de exercer esse poder manifesto no texto, sobretudo nesta perspectiva de interatividade.

2.6 AS CONDIÇÕES DE DISCURSO DADAS PELO AUDIOVISUAL

A televisão, até hoje, deteve o controle sobre a organização do discurso. Caberia questionar se, frente às inovações em curso, ela terá condições de manter o seu protagonismo. Sabe-se que as instituições televisivas tendem ao controle da ordenação do discurso televisual,

²⁷ A ideia original de misturar jornalismo e entretenimento apareceu pela primeira vez nos anos 1960, no programa “60 Minutes”, na rede americana CBS. O autor da experiência foi o conhecido produtor Don Hewit (diretor do primeiro debate na TV de candidatos à presidência nos EUA) que, no projeto americano, apostava em grandes reportagens com profunda apuração e incisivas, especialmente do ponto de vista da investigação jornalística.

organizando-o por meio de matrizes de produção textual estruturantes de gêneros, subgêneros e formatos televisivos. Ainda que tais matrizes reservem, nas narrativas, espaços para outras atuações ou inscrições autorais, isso nunca significou abdicar desse controle organizador. Para responder a esse tipo de questionamento, buscando identificar essas operações e suas formas de configuração, elegemos como objeto empírico de investigação um produto televisual específico: o programa “Fantástico” da TV Globo, cujas esteiras de produção vêm sendo sistematizadas por padrões estéticos próprios e por uma estratégia e promessa de interatividade. Partimos do pressuposto de que, independentemente do gênero (ou subgênero), existe uma linguagem audiovisual de caráter sincrético, cujas regras se modificam, dependendo do suporte que as enforma, regras essas responsáveis pelas regularidades de uso que acabam por constituir uma espécie de “gramática” das formas de expressão do meio, uma vez que é determinada pelas condições de realização, sobretudo por técnicas de captação, armazenagem e consumo de seus produtos.

As formulações de Hjelmslev (1975), no que se refere à perspectiva de o texto ser constituído a partir das inter-relações entre “expressão” e “conteúdo” presentes na linguagem (stricto sensu), mostram-se aplicáveis à linguagem audiovisual sobredeterminada pelos meios técnicos. Sobretudo, se considerarmos que os sistemas de signos complexos que estruturam a linguagem audiovisual são compostos preponderantemente pela escritura da imagem em movimento, em planos e enquadramentos que têm uma mesma base de referência (plano de localização geográfica, plano de identificação dos protagonistas, plano de identificação da ação, plano de emoção). É na combinação de planos e nas relações entre eles que a sintaxe da imagem vai contar suas histórias (narrativa, descritiva), combinadas com as linguagens verbal (escrita e/ou falada), gráfica e sonora (ruídos, trilhas). Assim, não há como não pensar os textos televisuais como sincréticos. Da mesma forma, é preciso compreendê-los como estrutura narrativa, portanto como discurso e, acolhendo a noção de Benveniste (1974)²⁸, como uma enunciação realizada por um sujeito da enunciação. Metz (1977) chama esse sujeito de instância narrativa e defende que as imagens (no caso do postulado dele em relação aos filmes) correspondem a um enunciado e que, por serem infinitas, falam mais que as próprias palavras.

Essa perspectiva narrativa e de enunciação acompanhou Metz num extenso estudo sobre a linguagem do cinema, por meio do qual jamais concordou com a ideia de sintaxe de

²⁸ Benveniste na sua teoria da enunciação vai nos indicar que a enunciação trata-se de um processo de funcionamento da língua através do indivíduo (1974).

base linguística, mas numa sintagmática (denotação) em que a principal tarefa do analista seria isolar códigos e subcódigos. Esse percurso o levou à formulação de uma cadeia sintagmática chamada de “grande sintagmática”, em que a imagem seria produzida em tempo e espaço pelo discurso filmico por meio daquilo que é captado pela câmera e processado na montagem. Foi assim que encontrou, no audiovisual, traços de linguagem que se aplicavam necessariamente ao enunciado e com regras de uso. Em parte apoiado em alguns conceitos de Hjelmslev, concluiu pela existência de unidades mínimas não sintáticas, com base no eixo sintagmático (conjunção de unidades relativas presentes, numa dimensão denotativa), onde identificou uma cadeia composta por oito sintagmas.²⁹

Entretanto, Metz percebeu que haveria, nessas regularidades, muito mais a presença de códigos de linguagem. Também percebeu que, a parte as diferenças e peculiaridades determinadas pelas condições de realização, circulação e recepção, estes códigos eram comuns ao cinema e a televisão. Seriam os códigos icônicos, de imagem mecânica, de imagem em sequência, em movimento, composição sonora e visual sonora presentes na narrativa. As diferentes combinações enunciativas ou narrativas do cinema e da TV seriam subcódigos. Todavia as formulações de Metz vão encontrar oposição em Eco, Requena, Jimenez, para os quais falar em linguagem exige condições básicas: “dispor de um conjunto finito de signos, que estes signos sejam suscetíveis de ser integrados em um repertório léxico e que se possa desenhar uma sistema de regras ao qual estariam ligadas as articulações discursivas” (JIMENEZ, 1996, p. 37). Para esses autores, o audiovisual, enquanto sistema complexo de significação, sofre a intervenção de vários códigos, entre eles o linguístico (escrita e fala), e os que são próprios de cada meio: cinema, TV, Internet, celular, como as variações nas escalas de planos e angulações que seriam específicas em cada mídia. Portanto,

²⁹ Os sintagmas Metz são: de Plano autônomo – Não seria exatamente um sintagma, mas um tipo sintagmático. É equivalente à exposição em isolamento de um único episódio da intriga. A inserção de uma imagem fora da ação (não diegética) equivale a um plano autônomo; Sintagma paralelo – Corresponde ao que é frequentemente chamado de “seqüência de montagem paralela”. Neste caso, nenhuma relação precisa entre os sintagmas é evidente. Esse é um sintagma anacrológico; Sintagma acoplado – É um sintagma de evocações, quando há referências a um significado global ou particular; Sintagma descritivo – Aqui a relação entre todos os elementos apresentados sucessivamente é de simultaneidade, por exemplo: uma face, depois uma pessoa a quem este rosto pertence; depois a sala onde esta pessoa esteja. É cronológico; Sintagma alternante – Corresponde à montagem paralela. E uma alternância de eventos simultâneos; Cena – A cena propriamente dita é equivalente ao fluxo contínuo de imagens, sem qualquer hiato diegético; Seqüência por episódios – A descontinuidade torna-se um princípio de construção. Um sintagma linear produz uma descontinuidade dos fatos: a seqüência propriamente dita; Seqüência comum – É a disposição de elipses em ordem dispersa, especificada por momentos saltados, considerados sem interesse.

não seriam enquadrados em regras fixas e, tampouco, limitados a um léxico finito. O fato é que, embora a perspectiva de Metz tenha derivado para uma abordagem muito mais da narrativa (como observa Jost e que veremos mais adiante), acredita-se que deixa pistas da ideia do plano, enquanto montagem e sequência, como um referente de leitura pelo espectador do audiovisual.

Pasolini (1987) foi ainda mais longe na ideia de formular uma “língua-cine” baseada na língua-ação, em que haveria uma articulação entre “monemas”, unidades de significado, que seriam os planos e “cinemas”, que seriam os atos e objetos da realidade enquanto portadores de significação. Essa teoria foi, igualmente, contestada, sobretudo pela identificação de plano com “monema” quando, segundo Eco, plano corresponderia a um enunciado. A ideia de associar a linguagem audiovisual aos princípios da linguística também é rebatida por Jimenez (1996), para quem, do ponto de vista operacional, é reducionista uma análise meramente sintática. Em Jimenez, os textos audiovisuais, mesmo que inscritos dentro de uma macroestrutura textual, “responsável pela configuração desse todo global e coerente que é o texto narrativo” (JIMENEZ, 1996, p. 38), são complexos e não resistem a uma inclusão num catálogo fechado de funções e regras combinatórias. Para o autor, “na configuração global da história narrativa intervêm fatores extralingüísticos: as convenções dos gêneros, as rotinas culturais, as referências de época, etc.”, o que impediria um tratamento do audiovisual como linguagem do ponto de vista linguístico. Ainda assim, o autor destaca que é impossível negar a “[...] capacidade discursiva das imagens” (JIMENEZ, 1996, p. 37).

Deleuze (1985) já prefere encontrar a manifestação da linguagem cinematográfica, que ele acredita ser um sistema de imagem-movimento, no “plano”, uma forma de expressão que se constitui de dois processos: da *diferenciação* (Separa e junta objetos; é sígnica.) e da *especificação* (o ponto de vista), que, articulados, no nosso entendimento, geram o espaço da narrativa. Em Deleuze, esses processos constituem uma matéria sígnica que “[...] comporta a modulações de toda sorte, sensoriais (visuais e sonoras), cinésicas, intensivas, afetivas, rítmicas, tonais e mesmo verbais (orais e escritas)” (DELEUZE, 1985, p. 43-44). É na lógica desses dois processos e também a partir da referência terciária de Peirce³⁰ que Deleuze vai

³⁰ Em Deleuze, Peirce parte do pressuposto que a imagem reúne três referências a primeira (qualquer coisa que não reenvia a outra possibilidade que a ela mesma, qualidade ou potencial), a secundária (qualquer coisa que não reenvia a ela mesma senão através de outra coisa, a existência, a ação-reação) e a terceira (qualquer coisa que não reenvia a ela mesma senão relatando uma outra coisa, a relação, a lei, o necessário). Uma perspectiva ordinal que para Deleuze seria também cardinal, por esta razão permite outras combinações.

encontrar a imagem-percepção, imagem-afeição, imagem-pulsão, imagem-ação, imagem-reflexão e imagem-relação. Assim - entende o autor - essa materialidade sgnica nos remete a uma perspectiva de linguagem.

(...) a linguagem se apropria desta materialidade (e ela faz necessariamente), então ela dá lugar a enunciados que vêm dominar ou mesmo substituir as imagens e signos, e que reenviam por sua conta aos traços pertinentes da língua, sintagmática e paradigmática, tudo diferente daquele de onde nós partimos (DELEUZE, 1985, p. 44, T.N.).³¹

Por essa razão, defendendo o postulado da semiótica de Peirce (um sistema de imagens e signos independentes da linguagem em geral), lembra ele que a língua não existe sem reagir a uma matéria não linguageira que ela transforme. Por essa razão, “os enunciados e narrações não são dados de uma imagem aparente, mas uma consequência que resulta desta reação” (DELEUZE, 1985, p. 45, N.T)³². A narração estaria na imagem mesmo, mas não está dada. Assim, podemos nos encaminhar para uma idéia de linguagem audiovisual, mas Deleuze alerta que identificar enunciados específicos do cinema pela imagem vai depender das especificidades desses enunciados, das suas condições de filiação ao sistema de imagens e signos. De certo modo, Deleuze nos reenvia ao signo primário ou à unidade de significação, que é o plano.

Seguindo a classificação com base na amplitude relativa do enquadramento e ao ângulo que a câmera faz em relação ao motivo, vamos ter, mesmo que numa associação metafórica, aquilo que os realizadores, de Griffith e Eisenstein, aos nossos tempos, convencionaram compreender como sintaxe elementar da linguagem audiovisual. Tal noção, que se incorporou aos manuais de procedimento de produção, definia o plano geral como o referente, que oferece informações como a localização geográfica que (inspirando-se nos conceitos de Deleuze e, ao mesmo tempo, se distanciando deles) poderíamos dizer que operam no campo da percepção do espectador. A relação entre o plano de conjunto e o plano

³¹ No texto original: “(...) *Le langage s’empare de cette matière (et il le fait nécessairement), alors elle donne liue à des énoncés qui viennent dominer ou même remplacer les images et les signes, et qui renvoient pour leur compte à traits pertinents de la langue, syntagmes er paradigmes, tout différents d de ceux doù on était parti.* ”

³² Idem: “ *C’est pourquoi les énoncés et narration sont pas donnée des images apparents, mais une conséquence qui découle de cette réaction .* ”

de corpo inteiro estabeleceria a sinergia entre os personagens e o ambiente numa razão de pulsão e ação. Os planos médios, primeiro plano e close exprimiriam componentes emocionais dos personagens e seus conflitos na trama, portanto afeição e relação. Grosso modo, seriam microescrituras narrativas que, de alguma maneira, animam “forma” e “expressão” recorrente tanto no cinema quanto na TV.

Para o realizador, o plano é sua unidade-base, cujas combinações elementares lhe permitiriam construir uma sintaxe mínima. É a partir dessa menor referência de signo que é possível operar a noção de enquadramento, do campo visual da imagem, onde quem manipula a câmera seleciona os elementos visíveis que vão compor a imagem, portanto oferecer informações que vão produzir um efeito unificado, gerando um determinado sentido (SOUZA, 2004). É na centralização ou não dos objetos, na orientação de pontos, linhas, volumes, na angulação horizontal ou vertical, de cima ou de baixo, que vão constituir os esquemas pré-definidos para o direcionamento do olhar do espectador. São os movimentos de câmera e de lente que permitem a aproximação ou afastamento do observador.

Enfim, são combinações que acrescentam inscrições enunciativas aos componentes de significação já presentes na imagem em movimento em si, como postula Deleuze, e que podem conduzir o espectador a experimentar determinada sensação ou determinado sentido. Todavia, essa noção das rotinas de captação nos remete ao processo da decupagem de gravação. Diz respeito às operações de fatiar em planos as cenas descritas num roteiro. Trata-se de uma etapa primária na construção narrativa, que vai desembocar na estruturação de sequências, nas combinações possíveis que vão fazer com que a história seja contada e que somente então ganhe materialidade de texto narrativo, o que vai se dar na montagem onde a imagem se junta às outras articulações de linguagem (o som, os diálogos, as referências escritas). Deleuze diz que o enquadramento é a primeira face do plano na direção do objeto e que a montagem é a outra face, a face em direção ao todo. Para ele, a montagem constitui o todo, que nos dá a imagem do tempo, o principal ato do cinema.

Voltando à noção de Hjelmslev, não podemos esquecer que a imagem constitui um texto que dá sentido não apenas a uma descrição, mas a uma possibilidade de leitura da imagem e que, a partir dessa aproximação, seria possível fundamentar a ideia de sintaxe intratextual correspondente às relações dos signos que compõem a imagem. Como já vimos, incluem-se som, falas e escrita que, no audiovisual, operam integrados; da mesma forma, uma sintaxe extratextual, levando em conta os códigos culturais que vão implicar em referentes para todos esses signos e que asseguram ao processo de significação a dinâmica da semiose.

Assim, é imprescindível pensar a narrativa audiovisual como um processo que começa no roteiro, passa pela decupagem, produção de locação (*set*, arte, figurino, etc.), pela gravação das cenas, sons, diálogos, produção gráfica ou escrita e vai materializar-se na montagem. Ou, no caso, das transmissões ao vivo, materializa-se na exibição que, por sua vez, apresenta um resultado determinado pela mesa de corte, onde são selecionadas as imagens captadas pelas câmeras e os sons pelos microfones que irão ao ar. São essas operações de produção que vão incorporar tensões entre os sistemas produção e simbólicos. É no resultado da montagem ou do corte ao vivo que o texto ganha sua evidência e condições para distribuição e consumo e, portando, à dinâmica na mídiósfera.

Talvez seja necessário desvincular-se em definitivo da analogia com a linguística, como defende Deleuze e todos os outros autores, já que as semelhanças desintegram-se no rigor do sistema linguístico, enquanto o audiovisual é complexo e abriga processos mais dinâmicos, abertos. Talvez seja necessário, como pede Jimenez, também admitir, formalmente, que o objeto sígnico do texto audiovisual não é real, é processado. A imagem, enfim, é uma representação. Mas, ao mesmo tempo, é historicamente impossível negar algumas regularidades da sintaxe dos planos, presentes nas práticas da realização, e que dessas combinações resultam as sequências, portanto, ignorar sua materialidade.

A ideia de linguagem comum também encontra resistências em Jost (2002), na análise crítica que fez ao postulado de Metz, entendendo que o maior problema consiste na supervalorização dos componentes narrativos em detrimento dos componentes formais que levam em conta os parâmetros de construção da imagem. Nessa perspectiva, a montagem não seria mecanicamente determinada pelas estruturas narrativas, mas por uma interação entre os componentes de forma e narração, o que complica a ideia de plano autônomo, sem considerar a perspectiva de interação com outros sintagmas ou novos sintagmas (como o de interação), reforçando a ideia de dinâmica e processo.

Essa perspectiva leva Jost (2002) a acreditar que as diferenças de aplicação no cinema e na TV não são apenas da ordem dos sistemas tecnológicos de produção (gravação com multicâmeras eletrônicas na TV, com película no cinema), exibição (tela pequena na TV, tela grande no cinema) e das condições culturais de recepção (sala de casa na TV, sala escura no cinema). Seriam variáveis que vão além de constituir gramáticas peculiares para a TV ou para o cinema, ou desenvolver os sub-códigos, como prefere Metz, onde o cinema trabalha a lógica de trazer o espectador para dentro da história e a TV, a lógica de levar a história para dentro da casa do espectador.

Jost percebe que o uso aplicativo da câmera nas narrativas do cinema e da TV obedece às características enunciativas dos gêneros. Nos telefilmes até poderia haver uma economia no uso dos planos gerais em razão de a tela pequena não dar conta da definição do volume de informações presentes no quadro, ou pela dispersão provada por um plano de conjunto num diálogo. Mas lembra que o Sitcom abusa do plano de conjunto porque explora a ação e reação dos personagens na construção das piadas. Nas entrevistas e, mesmo, nos diálogos, nos programas de ficção, a decupagem aparece, de forma recorrente, com primeiros planos, em plano e contraplano, etc. Seriam intenções discursivas (detalharemos no terceiro capítulo) que dizem respeito aos mundos enunciativos: o *mundo real* ou *autenticante*, que compreende os programas de informação sobre o mundo natural (telejornal, documentários, reportagens); o *mundo ficcional*, que inclui produções audiovisuais que visam construir um mundo autônomo semelhante ao real; e o *mundo lúdico*, que reúne realizações que, embora tratem do mundo real, o conformam segundo regras próprias (jogos, programas de auditório, publicidade, etc.).

Todavia a perspectiva de características das mídias tende a se diluir cada vez mais com a digitalização. Essas diferenças observadas por Jost, técnicas de produção e recepção, parecem embaralhar ainda mais formas narrativas verticais, horizontalizando as possibilidades de aplicação da linguagem audiovisual. As novas câmeras de captação eletrônica cada vez mais se aproximam da resolução da película. A montagem para TV e cinema hoje é processada no mesmo tipo de equipamento de edição, inclusive com as mesmas trucagens, correções de cores e o processo em dois tempos - primeiro um copião e os cortes iniciais em *off-line*, depois a finalização e *on-line*. Até mesmo a recepção segue um caminho de aproximação. Do lado da TV, as grandes telas planas, LED e de cristal líquido já demandam um espaço específico de assistência na casa do telespectador (home theater), enquanto que, em relação ao cinema, as salas de projeção (que já são espaços menores) passam a ser digitais, e as cópias dos filmes exibidos não são mais em película, são digitais. O fato é que essas novas formas de distribuição e recepção do texto audiovisual na TV também tende a embaralhar também a noção distintiva de gênero televisivo e gênero cinematográfico.

O problema tende a se deslocar para as formas de recepção da Internet e do telefone celular e, claro, nas quais ainda restariam as particularidades enunciativas dos gêneros que poderiam diferenciar sua aplicação narrativa. Nesse sentido, as características enunciativas se mostram aplicáveis enquanto articulações do uso que cada mídia faz da linguagem audiovisual, nos reaproximando da noção de gramática. Se pensarmos que a linguagem audiovisual se constitui a partir da noção de narrativa, já que os planos (entendidos com imagem em movimento e, portanto, portadores de significação, como vimos em Deleuze),

embora possam ser enunciados para se efetivarem numa enunciação, dependem das combinações engendradas nas sequências ou das associações e interações sintagmáticas (Jost, a partir de Metz) nas quais teríamos uma dinâmica de aplicações segundo as características dos gêneros.

Em que se pesem essas variações, nossa hipótese nos sinaliza regularidades processuais na captação, na montagem ou no corte (mesa multicâmera) que resultariam numa forma de organização do discurso narrativo, o que nos aproxima da ideia de uma linguagem audiovisual (transversal) e suas variações gramaticais com base nas condições de recepção e consumo de cada suporte. É essa perspectiva de organização discursiva e estruturas narrativas que, por ora, vão nos importar na investigação dos vestígios de autoria do telespectador na interatividade, o que nos remete à narratologia e à perspectiva de Genette (1972) de que, além da descrição, existem relatos factuais e ficcionais, portanto vários níveis de enunciação que se manifestam discursivamente.

Esses níveis nos permitem averiguar inscrições autorais da instituição mídia (o “enunciador ausente” de Metz, ou o “autor concreto” de Foucault que organiza), do narrador (enunciador que relata por meio do texto audiovisual), do testemunho (o enunciador que autentica, participando na ação narrativa ou na interpretação dela). Na mesma linha, é preciso perceber essas inscrições pelas suas categorias narrativas propostas por Genette e aplicadas para o audiovisual por Jost, tal como a ideia de tempo ordem, duração, frequência, de ponto de vista (focalização em Genette, e ocularização e auricularização em Jost) e narração.³³

2.7 UMA PERSPECTIVA TEÓRICA SOBRE AUTORIA

Se a promessa de interatividade nos remete à ideia de coautoria, ou seja, a participação do telespectador no discurso presente no enunciado televisual, precisamos definir a noção de autoria da qual falamos, sobretudo se pensarmos a midiosfera como o lugar onde se dá a dinâmica dos embates de enunciação e de poder, o que nos reenvia a Foucault. Em qualquer processo de produção de sentidos, seja no campo da arte, seja no campo das mídias, entende-se, em Foucault (1996, p. 26), que “o autor é o princípio de agrupamento dos discursos, unidade e origem de suas significações, como foco de sua coerência”. Buscar autoria é tratar

³³ Conceitos de narratologia de Genette, trabalhados por Jost (2004), que mais adiante voltaremos a tratar.

da ordem do discurso. O mesmo filósofo entende que, na sociedade, indistintamente, a produção do discurso passa por processos de controle, seleção, organização, redistribuição, que têm por função administrar seus poderes e perigos. Tais processos representam assim a tentativa de dominar o aleatório, de se esquivar do peso e da temível materialidade do próprio discurso (Se pensarmos a noção de sistemas, estamos no âmbito macrossistema social). Esse, depois de massificado, publicizado, está posto (sistemas de comunicação).

Lembremos que em Foucault já vimos que o discurso revela sua ligação com o desejo e o poder que podem estar claramente manifestos ou ocultos. Abrem-se, nessa perspectiva, espaços para estratégias de *exclusão* (os pactos sociais ou culturais de rejeição a temas, comportamentos, tabus, doenças, como a loucura, segundo exemplos do próprio Foucault), de *interdição* (não se pode dizer tudo ou falar de tudo), que se articulam externamente na construção do discurso (os sistemas em acoplagem). Trata-se de uma engenharia que remete a várias fontes de enunciação, portanto a vários enunciados, a várias idéias convergentes ou divergentes que podem se aglutinar ou não (SSi), a partir da operação de um organizador (SPD). Evidentemente, essa tarefa está sujeita às tensões internas ao próprio discurso, obedecendo a princípios de classificação, distribuição e ordenação, na dimensão do tratamento discursivo que se der ao acontecimento ou ao acaso, que ele, discurso, constitui (mídiosfera).

Usando o exemplo dos textos filosóficos, Foucault destaca que sempre existiram textos fundadores que foram rapidamente repetidos, glosados, comentados. Assim, pode-se entender que se operam deslocamentos do discurso original de um autor, presentes no texto, que, por sua vez, já trazia, em sua constituição, todo o controle externo ao seu articulador (a noção de exclusão e interdição), para a incorporação de outras operações internas de controle e de delimitação (reclassificação, reordenação, distribuição, comentários, etc.), a partir de novos articuladores. Sob essa abordagem, não se pode tratar o autor apenas como aquele que primeiro pensou, primeiro falou, primeiro criou, primeiro escreveu. O próprio Foucault reconhece que seria absurdo negar a existência do indivíduo que escreve, daquele que inventa, mas lembra que, quando alguém resolve produzir um texto, assume por iniciativa própria a função de autor: “aquilo que ele escreve e o que não escreve, aquilo que desenha, mesmo a título de rascunho provisório, como esboço da obra, e o que deixa, vai cair como conversas cotidianas” (FOUCAULT, 1996, p. 29). Ou seja, mesmo na literatura, onde se articula a linguagem da ficção, haveria a constituição de várias unidades de discurso e caberia ao autor organizador conferir-lhes os nós da coerência. Assim, fazendo uma apropriação, com devido

recorte, dos conceitos de Foucault, pode-se considerar o autor como um agrupador, organizador *do* e *de* discurso, unidade e origem de suas significações, foco de sua coerência.

Desse conceito escapariam apenas as falas, os textos, os discursos anônimos, se vistos isoladamente, porque esses, para ganharem visibilidade e existência, para serem conhecidos, precisam estar presentes em algum discurso de autoria reconhecida, sendo, portanto, os discursos anônimos incorporados por outro autor, organizados noutra texto, que rearticula o discurso original. Nessa direção, Foucault (1996) reitera a proposta bakhtiniana, segundo a qual os textos são polifônicos. Essa foi a grande descoberta de Bakhtin (1997b), examinando a obra de Dostoiévski, quando então verifica que o autor confere autonomia de discurso aos seus personagens, que reproduzem vozes institucionais, ideológicas, que trazem à tona discursos filosóficos e de pensadores contemporâneos contrastantes e contrapostos ao do próprio autor, que com eles estabelece um constante diálogo. Ora, essas múltiplas vozes também se manifestam no texto jornalístico, no texto televisivo de hoje. Aliás, há neles uma multiplicação de presenças, de falas, de discursos e de narrativas; vozes que manifestam pontos de vista, interesses, desejos e poderes, sendo constitutivas dessa intertextualidade. O que interessa em Bakhtin é a possibilidade de um texto informativo, em televisão, construir-se a partir de várias fontes, permitindo ou não a identificação dessas fontes (enunciadoras) e, especialmente, dos seus lugares de fala (enunciação de origem), sobretudo possibilitando observar que nível de isenção haveria na relação dialética entre a autonomia da voz (do enunciado) e o controle sobre ela no texto (enunciação processada).

Parece promissora a apropriação dessa noção dialógica e seu emprego na perspectiva do exame dos relacionamentos entre equipes de produção, entrevistados e telespectadores na construção da notícia ou dos relatos em programa como o “Fantástico”; da análise do papel organizador deste texto, advinda do *script*, do roteiro do programa (da escalada – chamada ou manchete – na eleição da ordem de apresentação dos quadros, das chamadas de blocos), do roteiro dos quadros ou da reportagem (narração em *off*, sobre som ambiente, corte das sonoras, edição de imagens, trilha - na presença do telespectador, como fonte, ou mesmo, como realizador, no caso dos vídeos amadores). Essa articulação organizadora, enquanto instância de poder e de manifestação de poder no discurso noticioso do texto televisivo, na razão de Foucault, nos ofereceria pistas de regulação e, em consequência, rastros de participação coautoral do telespectador, se ela, efetivamente se dá e nos níveis em que ocorre. Essa dialética de diálogo e ordenamento operar-se-ia a partir da processualidade presente nas operações de sistema entre SPD e SSI, que se articulam nas dimensões de promessa e dos gêneros televisivos (descritos em Jost) e na relação entre produção e reconhecimento, devido

à inter-relação entre suas respectivas gramáticas (sugerida por Verón) que, por sua vez, teriam lugar de materialidade no texto. Mas, como já vimos, são processadas na construção simbólica que resulta da midiosfera, onde se verificam as tensões naturais do espaço midiático da televisão, ou seja, mediações tecnológicas e simbólicas que se renovam com os dispositivos digitais de interatividade e, em consequência, se expandem para o extratexto.

Assim, se retornarmos a perspectiva de narratologia como uma manifestação de discurso³⁴, acreditamos encontrar nos relatos audiovisuais da televisão (polifônicos) pelos menos quatro níveis de enunciadores (locutores ou narradores), de certa maneira comuns ao cinema. No primeiro, que seria a instituição mídia, uma espécie de “enunciador contraditório” que ora mostra-se ausente (na distinção de Metz para o enunciador ausente no cinema) e ora, pela natureza do seu papel no macrossistema social, demarca seu espaço. É o organizador do discurso enunciado, no sentido de Foucault, que, no caso dos sistemas de produção e distribuição de televisão, se materializa na empresa, a emissora³⁵. Cumprir à emissora protagonizar esse papel ordenador que vai carregar todas as relações de acoplamento e interdependências dos sistemas sociais ou aos outros sistemas sociais (político, econômico, etc.). Por si, este papel já é enunciador, mas, por vezes, ele não se declara no discurso e, por outra parte, vai se materializar, enunciando-se na constituição da marca do canal (as instâncias de promessa postuladas por Jost) que vai carregar, dentro desse sistema, uma produção simbólica que vai dar conta das articulações ideológicas, econômicas, sociais e da função reguladora da mídia no macrossistema (noção de Marx).

Um segundo enunciador seria o processo de produção de programas. Sejam meios, formas e estéticas de produção (incluindo os diretores, escritores, realizadores, editores, operadores de câmera). São os “narradores implícitos” (JOST, 1989) que servem ao mesmo tempo vão ser responsáveis pela enunciação manifesta na realização dos textos televisivos e de instrumentos de autoproteção do sistema. É por meio do roteiro, da montagem que os filtros de controle presentes nos processos de produção onde as marcas de regulação do enunciador mídia atuam mais efetivamente.

³⁴ Jimenez, baseando-se na noção de discurso de Wittgenstein, entende o audiovisual como um discurso narrativo que permite uma grande diversidade de ações e interações entre autor/leitor, narrador/narratário, enunciador/ enunciatário, etc.

³⁵ Não podemos esquecer que Metz entende o cinema como uma instância narrativa que teria um sentido regulador, portanto, discursivo.

Podemos pensar num terceiro nível de enunciação, que seria o “narrador ou autor concreto” (que vai aparecer nas tipificações de Jost,1989, para o cinema e de Jimenez,1996, para o audiovisual) que, a nosso ver, encontramos no papel do apresentador, do repórter, do personagem de testemunho (sujeito real ou representado por um ator).

E incluiríamos uma quarta instância de enunciação, que chamaremos provisoriamente de “enunciador virtual”, papel que imaginamos para o telespectador na medida em que sua inscrição no relato da TV é uma promessa. Os meios pelos quais ela se daria são dispositivos digitais (no caso, contribuição de conteúdo para a emissora) ou simbólicos (no caso da interpretação e produção de sentido), e sua materialidade no texto televisivo depende dos filtros de todas as instâncias anteriores. É importante lembrar que essas instâncias, enquanto enunciadoras, se submetem às operações dinâmicas das narrativas audiovisuais (como já visto), tendo suas dimensões de autoria variando segundo os gêneros (portanto, segundo o relato) e os mundos da TV.

3 INTERATIVIDADE E INTERAÇÃO - REFLEXÃO SOBRE OS CONCEITOS E TAXONOMIAS; DESCRIÇÃO DO ESTADO DA ARTE DOS DISPOSITIVOS EM USO PELA TELEVISÃO

3.1 CONCEITO DE INTERATIVIDADE

Embora as experiências dialógicas do rádio (cartas e telefonemas trocados entre apresentadores e ouvintes) nos remetam a primeira metade do século XX ou, ainda, às provocações da *pop art* nos anos 1970,³⁶ o conceito de “interatividade” tem sido trabalhado mais intensamente na informática a partir da década de 1990 e parte da idéia de uma atividade mútua e simultânea entre dois pólos da direção de um mesmo objetivo. Suely Fragoso, entretanto, em artigo apresentado na Compós de 2001, lembra que o termo tem origem num neologismo da língua inglesa (*interactivity*), usado pela chamada computação interativa³⁷ para definir ações da junção de teleimpressoras e máquinas de escrever num dispositivo único de saída e entrada de dados. Fragoso destaca ainda que, como a expressão “computação interativa” não dava conta de evidenciar “a qualidade da modificação na relação usuário-computador” (FRAGOSO, 2001, p. 03), uma vez que os sistemas passaram a incorporar outros periféricos e ao mesmo tempo a enunciação de dados demandava uma designação para explicar os efeitos das intervenções (em tempo real) do usuário, surgiu o termo derivado: *'interatividade'*. Assim, o pressuposto de origem dessa expressão considera a computação sempre como interativa. Fragoso, no mesmo artigo, ainda vai nos alertar que, como se passa a classificar na categoria de interativo qualquer processo no qual dois ou mais agentes interagem, seria também interativo “aquilo que permite a específica modalidade de interação implicada na denominação interatividade” (*id., ib.*). Dessa maneira, tende-se ao uso do termo “interativo em seu sentido restrito, relativo à interatividade” o que implicaria numa generalização indevida.

A indicação de Fragoso, além de chamar a atenção para a aplicação do termo, nos remete a outra abordagem de interatividade, que é sua associação com a palavra interação. O termo aporta um conceito que vem da sociologia e que procura tratar da relação entre dois ou

³⁶ Movimento pelo qual os artistas da época imaginavam obras nas quais a busca pela interação com o espectador era uma meta, como as de Helio Oiticica e antiarte.

³⁷ O que nos remete aos anos 1960.

mais indivíduos em dada situação em que estes se adaptam uns aos outros e, de certa maneira, um sentido similar ao que interação ganhou na abordagem dessa expressão pela teoria da comunicação. Trata-se de uma aplicação que ajudou os estudos de recepção a desmistificarem histórica sentença, como base no conceito de irradiação, de que as mídias eletrônicas tradicionais (rádio e TV) seriam veículos sem interação. Ou seja, retoma-se aqui o tensionamento conflituoso entre as noções advindas dos sistemas de transmissão que, por sua vez, apropriam a qualificação de interatividade, a partir da lógica ‘bidirecionalidade’, em oposição à unidirecional de distribuição dos sinais de vídeo e áudio. É um contraponto às noções de interação que se configuram nos processos de construção e produção de sentido dos conteúdos midiáticos. É nessa direção que vamos encontrar uma provocação de José Luiz Braga, chamando-nos à reflexão sobre quão limitadora é a perspectiva de interatividade entendida apenas na relação do homem com os sistemas de transmissão; portanto, a relação com a máquina, mostra-se restritiva.

A interatividade mediática geral ultrapassa a situação concreta de espaço e tempo em que alguém produz; ou alguém "lê" (usa) um produto; ou alguém reage a um produto; ou alguém age de tal forma a fazer chegar às instâncias produtoras suas reações, etc. Deve-se perceber a interatividade social em uma sociedade de comunicação como um conjunto de todas estas (e outras) ações de tal forma que uma parte significativa das interações em sociedade se desenvolve em consequência e em torno de "mensagens" (proposições, produtos, textos, discursos, etc.) diferidas no tempo e no espaço (BRAGA, 2000, s. p.).

Claramente resgatando a noção da sociologia, que ganhou vigor nos anos 1970, Braga indica pistas para uma reflexão mais complexa do que aquelas referências usadas pelas engenharias e pela informática para definir interatividade. Refere, sobretudo, o entendimento de interatividade unicamente a partir dos níveis da relação física do homem com a máquina ou da escala em que as aplicações possíveis de certo aparelho eletrônico vão responder ao toque no botão, *display* ou tela. Nesse sentido, Braga percebe que interatividade sem apropriação e construção de conhecimento e conteúdo não se constitui verdadeiramente, uma vez que a pessoa não se tornaria sujeito. Ela ficaria apenas na categoria de usuário.³⁸ Ao contrário do que desejam Braga e Fragoso, é esse último entendimento (o de usuário) que, ao que parece, vem presidindo as teorias que inspiram as escolhas das políticas, das tecnologias e dos

³⁸ Cosette Castro vai na mesma direção de Braga, no texto que apresenta em *Mídias Digitais* (2005).

processos de produção adotados pela digitalização da TV. Um indicativo são os conceitos que vamos encontrar nos autores que têm buscado qualificar e classificar o termo interatividade.

3.2 CLASSIFICAÇÕES E CATEGORIZAÇÕES

Lippman (1998), por exemplo, descreve cinco características para que um sistema possa ser considerado interativo. A primeira seria a “interruptibilidade”, que é a capacidade de independência de cada participante de parar o processo e de atuar quando o entender, como no caso da conversa. Aplicado ao dispositivo tecnológico, ele defende uma capacidade de troca e não apenas bloqueio do fluxo de informações. A segunda característica seria a “granulidade”, compreendendo os elementos que permitiriam a intervenção de cada parte envolvida, com o objetivo de confirmar que a operação (o fluxo) acontece. Na conversa, equivaleria a um simples movimento de cabeça. Uma terceira característica seria o que Lippman chama de “degradação suave”. Esta se refere à possibilidade de uma determinada instância ter resposta para uma indagação. Como ninguém deve ficar sem resposta, os demais participantes devem ter capacidade de buscar onde esta resposta estará disponível no sistema. A quarta seria a “previsão limitada”. O sistema interativo deve prever todas as ocorrências. Mesmo que haja algum imprevisto, o sistema tem que ter condições de responder. É necessário dar a impressão de um banco de dado infinito. A quinta e última característica é o *no-default*, isto é, o sistema não pode forçar o caminho a ser seguido pelo participantes.

Observe-se, no esforço de Lippman, que a referência classificatória é de interação a partir de uma conversa entre sujeitos, isto é, o diálogo face a face, que pressupõe a construção de sentido na troca entre os interlocutores em tempo contínuo. Não obstante, transporta esta perspectiva para uma relação do homem com a máquina, numa dinâmica regulada por um sistema mediador que tenha capacidade de tudo prever e de ter sempre alguma resposta, um sistema programado para assegurar regularidade a tais relações. Sugere que o ‘usuário’ tenha autonomia para redirecionar o fluxo de informação, simplesmente interromper e encontrar as respostas à sua busca.

Em outras palavras, se raciocinarmos na lógica como são pensados os programas de computadores (os quais disponibilizam conteúdo armazenado na forma de acervo), bastaria desenvolver um aplicativo de navegação capaz de prever possibilidades de percurso do ‘usuário’, ou mesmo, no caso dos *sites*, a simples oferta de escolha pelo conteúdo a ser

consumido seria suficiente para configurar sistemas interativos. O próprio Lippman, mais tarde, reconheceu as limitações dessa premissa. O autor que falava sobre computadores vai reconhecer que deveríamos considerar o relacionamento de “pessoas com pessoas”³⁹, abrindo espaço para uma retomada de percurso e, dessa maneira, para que suas reflexões pudessem ser adaptadas e aplicadas a qualquer plataforma.

No caso específico da TV, André Lemos (1997) segue a mesma perspectiva da interação com a máquina, do telespectador com o aparelho de TV, entendendo esse processo como interatividade. O autor, somente, ao longo da sua categorização, parece evoluir para a noção de uma interação mediada pela TV, sendo esta, por sua vez, portadora de dispositivos interativos. Esse deslocamento, implicitamente presente em Lemos, pode ser percebido pelos cinco níveis de interatividade na TV que ele propõe:

- 1- Nível 0 - TV em preto e branco, com um ou dois canais. O espectador pode ligar e desligar o aparelho, regular o volume, brilho ou contraste e trocar de um canal para outro.
- 2- Nível 1 – TV em cores, maior número de emissoras e o controle remoto. Telespectador pode zapear pelos canais, considerando que o *zapping*⁴⁰ seria o precursor da navegação hoje na *Web*. O telespectador tem mais controle sobre o aparelho, mas, ao mesmo tempo, ficaria mais preso à televisão.
- 3- Nível 2 – Surgem os periféricos acoplados à TV, como o videocassete, as câmeras portáteis e os jogos eletrônicos. O telespectador tem novas tecnologias através das quais se apropria do objeto televisão, vê vídeos, joga videogames, grava programas (videocassete) que pode assisti-los quando quiser.
- 4- Nível 3- Sinais de interatividade digitais. O telespectador pode interferir no conteúdo através do telefones (Você Decide, da TV Globo), por *fax* ou por correio eletrônico.

³⁹ Andrew Lippman, pesquisador do Instituto de Tecnologia de Massachusetts (MIT), reconheceu, no mesmo texto, que não há como programar todas as questões que poderão surgir. Em entrevista à revista Meio e Mensagem, em 1988, admitiu um redirecionamento de perspectiva. Recomenda que, ao contrário de nos ocuparmos com o relacionamento entre homens e máquinas, deveríamos considerar o relacionamento de “pessoas com pessoas” (LIPPMAN, **Meio & Mensagem**, 1988, p. 16).

⁴⁰ *Zapping* constitui o ato de o telespectador usar o controle remoto para escolha dos canais que quer ver (Sarlo, 1997).

- 5- Nível 4 – TV interativa. O telespectador pode participar do conteúdo a partir da rede telemática em tempo real, escolhendo o ângulo das câmeras, e até sugerir diferentes encaminhamentos de informação (exemplos das operadoras de assinatura na França e no Brasil).

As proposições de Lemos (1997), nos quatro níveis de interatividade descritos, entendem a autonomia do sujeito em relação ao conteúdo a partir das possibilidades de escolhas programadas para o uso do objeto, o televisor. A categorização do autor privilegia os processos regulados e programados pelo sistema irradiante, ou seja, seus parâmetros se referenciam nas alternativas do sistema de entrega dos sinais de vídeo, áudio e dados na casa do telespectador e nos sistemas de navegação e exibição do conteúdo (pré-programado) na tela de tubo, plana ou LCD.

Becker e Montez (2004), procurando ampliar a perspectiva de Lemos, no sentido de compreender os novos processos de mediação pela TV com as ofertas de interatividade, incluem mais três níveis classificatórios. Eles elegem, assim, sete níveis. Aquele que adicionam como “quinto nível” de interatividade seria a possibilidade de enviar vídeos de baixa qualidade (gravados com câmeras amadoras, *webcam* e, mesmo, analógicas), como acontece hoje com os telespectadores do “Fantástico”, por meio de um canal de telecomunicação. O “sexto nível” concebe um canal mais robusto entre a emissora e o telespectador, o qual se daria por uma banda de comunicação maior e, por meio deste, seria possível enviar um vídeo profissional de alta qualidade (esse recurso hoje seria possível por intermédio de uma conexão banda larga de alta velocidade através de redes de cabo - ou fibra ótica). Por fim, o “sétimo nível” seria aquele que permitiria ao telespectador produzir um programa e enviá-lo para a emissora. Essa experiência hoje somente é possível por meio do sistema de transmissão de televisão pela rede mundial de computadores, que se convencionou chamar de IPTV⁴¹, no caso dos portais *Joost*, *Jalipo* ou *VechTV*.

⁴¹ IPTV (*Internet Protocol TV*), seguindo uma definição de O’Driscoll (2008), é entendida como “serviços multimídias” que contemplam televisão, vídeo, áudio, texto, gráficos e dados distribuídos por meio de redes através de pacotes IP. Como nos lembra Walter Teixeira Junior (2009), a tecnologia foi arquitetada para “transportar fluxo de conteúdo de vídeo através de uma rede dedicada” (p.373), todavia vem sendo utilizada para todo o tipo de entrega de vídeo via *stream* via protocolo IP. Como o IPTV com capacidade bidirecional ainda tem servido de suporte para o audiovisual interativo. O seu uso ainda inclui transmissões ao vivo (a TV Cultura desde 2008, quando criou o IPVT Cultura, faz transmissões por meio dessa tecnologia) ou para gravar e

A classificação de Lemos, Becker e Montez nos ajuda na taxonomia dos níveis de possibilidades de distribuição, consumo e circulação dos conteúdos por intermédio dos sistemas digitais, mas, apesar do deslocamento na direção de um princípio implícito de mediação, a perspectiva dos autores que se mantém é o entendimento e a descrição de uma relação com a tecnologia, com a máquina, regida pela lógica do sistema fechado. O próprio Lemos (1997) compreende interatividade como uma forma de interação técnica que deixa de ser analógica para ser eletrônico-digital, que, para ele, se resume no diálogo entre o homem e a técnica, uma espécie de atividade tecnossocial.

Outra escala que deriva dessa lógica é aquela que busca também graduar as possibilidades de ação humana nos aplicativos disponíveis nesses sistemas operacionais. Essa classificação, produzida no âmbito das discussões iniciais do Sistema Brasileiro de TV Digital e incorporadas ao documento-referência que balizou as pesquisas desenvolvidas pelo consórcio de universidades (que contribuiu com o sistema nipo-brasileiro entre 2004, 2005 e 2006), elenca os serviços de conteúdo que podem estar disponíveis no televisor. Trata-se dos programas de computação por meio dos quais o conteúdo ou serviço estaria propriamente oferecido ao sujeito chamado, restritivamente, pela informática, de ‘usuário’.⁴² Nos sistemas atuais de transmissão de TV digital, esses recursos são:

- 1- TV Avançada (Enhanced TV): conteúdo com texto, vídeo, grafismo, fotos, animações. Na integração qualidade de som e vídeo, a TV permite acesso à Internet. Configuração possível na TV Aberta Brasileira por meio do *middleware* Ginga.



Foto 1 – Mostra operação do software da TVA Orange – França

Foto 2 – Mostra um aplicativo da Caixa Econômica Federal, com uso do Ginga acesso pela TV aberta

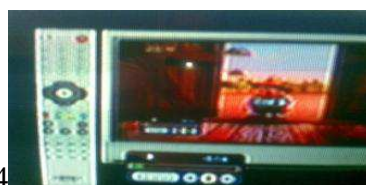
armazenar os conteúdos oferecidos pelas operadoras de TV a Cabo, o chamado *Time Shifting* já que esse serviço pode ser programado pelo usuário.

⁴² Essa escala é apresentada em todos os documentos oficiais do governo brasileiro no processo de escolha e definição do Sistema Brasileiro de Televisão Digital Terrestre e pode ser encontrada no *site* do Ministério das Comunicações.

- 2- TV Individualizada – possibilidade de escolha das diversas câmeras (transmissões ao vivo, como já ocorre com a Sky nos jogos do Campeonato Brasileiro), escolha de cores, fontes (nos textos gráficos), repetição de cenas perdidas (gravador instantâneo de pequenos trechos). Experiências que a TV por assinatura já pratica no Brasil (Sky).



3



4

Foto 3 – Mostra comandos do controle remoto

Foto 4 – Mostra comandos que permite ao conversor funcionar como um DVDR

- 3- VSD - Vídeo sobre demanda, que consiste em assistir a programas armazenados na emissora na hora que em que se desejar. Operação disponível nos serviços de TV por assinatura.



5



6

Foto 5 – Mostra display de comandos para VSD TVA Orange – França

Foto 6 – Mostra display de comandos para VSD TVA Net Brasil

- 4- Pay per view – Programas veiculados em horas determinadas e cujo direito de assistir tem que ser comprado pelo usuário mediante assinatura eletrônica teclada, com a ajuda do controle remoto. Serviço já usual nas operadoras de TV a Cabo e Satélite.



7



8

Foto 7 – Mostra ofertas de Pay per view da TVA Orange – França.

Foto 8 – Mostra Guia da Net Brasil.

- 5- PVR – gravador de programas específicos (permite que o telespectador possa evitar os comerciais no momento da reprodução local do programa). Serviço disponibilizado pelas TVs por assinatura em 2009, no Brasil.

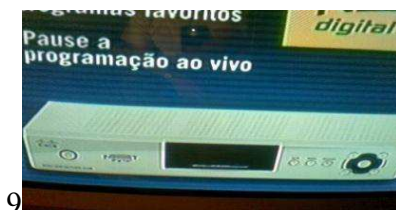


Foto 9 – Mostra conversor de HD da Net Brasil com capacidade de armazenar programas conforme a escolha do telespectador.

- 6- Walled Gardem – Portal com informações gerais e explicações sobre a emissora e a programação. Aplicativo em fase de experimentação pela TV Aberta e em experiências pela TV por assinatura.



Foto 10 – Mostra a página de navegação na programação da TVA Orange –França.

- 7- Jogos eletrônicos – console com opções de jogos locais ou em rede (TV a cabo, TV por telefonia, TV Aberta com Ginga).



Foto 11 – Mostra *games* disponíveis no serviço da Net Brasil.

- 8- Guia da programação – Detalhamento específico sobre a programação. Usual na TV por assinatura e possível na TV Aberta, com o uso do Ginga.



Foto 12 – Mostra detalhamento do guia de programação da TVA Orange – França

Foto 13 – Página de navegação da Net Brasil.

Como é possível observar, o enquadramento tanto dos pesquisadores quanto de radiodifusores e dos órgãos regulatórios compreende interatividade a partir da lógica do dispositivo tecnológico. Embora o decreto que instituiu a TV Digital e alguns setores do governo remetam a dimensão da interatividade para uma noção de inclusão social e de oferta de serviços (acesso a *sites* do governo, informações sobre trânsito e Ensino a Distância), via de regra, parte-se da premissa das condições possibilitadas pelo meio. Sobretudo, inspira-se na relação entre o homem e a máquina, compreendendo os sistemas de distribuição (transmissão) e consumo (entendido aqui, pontualmente, no que se refere às condições de recepção delimitadas pela mídia enquanto suporte) no âmbito dos sistemas fechados (como descritos no primeiro capítulo). Pouco se avança para uma noção de interação, de construção compartilhada do conteúdo (salvo políticas de fomento para a criação de Centro de Pesquisa no Desenvolvimento de Conteúdo Digital).

Os conceitos em geral pouco privilegiam as dinâmicas dos sistemas abertos (significação, leitura, reconhecimento, resposta, circulação), salvo quando tratam das circunstâncias entre as quais o sujeito da recepção pode navegar e fazer escolhas diante de uma oferta pré-estabelecida. Ainda assim, mesmo quando se apresenta uma promessa de interação (perspectiva de sistema aberto), na verdade, a referência é de um dispositivo de interatividade (uma perspectiva de sistema fechado) que enforma e modeliza as condições de atuação na ambiência midiática, um viés que tende a comprometer a idéia de interatividade tal qual se imagina ou advogou para a TV Digital.

Um exemplo que bem consolida essa tendência é o prêmio da revista Tela Viva (publicação que se ocupa exclusivamente da evolução da mídia no Brasil em todos os seus aspectos) que, em 2009, selecionou três cases de sucesso para concorrerem pela preferência dos eleitores “na categoria de melhor serviço de interatividade com mídia em 2008”. Dois casos são experiências realizadas em televisão (SBT e Band), e o terceiro é uma rádio que opera fortemente nos sistemas de transmissões móveis para celular (Oi FM). Na TV Bandeirantes (Band), o projeto “Emplacou Levou”, que pretendia fidelizar a audiência,

desenvolveu uma gincana na qual o telespectador deveria acertar o número da placa de um carro zero cuja imagem era mostrada nas transmissões em canal aberto (ao vivo ou em programas rotativos), e a resposta (o palpite) tinha que ser enviada por meio de SMS. As mensagens eram processadas por um software. Em caso de formato inapropriado, o usuário era estimulado a fazer nova tentativa. Se a mensagem estivesse nos padrões estabelecidos, o participante era imediatamente notificado se o palpite estava certo ou errado. Segundo dados divulgados pela própria revista, mais de 500 mil pessoas participaram⁴³.

No SBT, a campanha “Gols do Pelé”, lançada em novembro de 2008, adotava três modelos de estímulo à participação do telespectador: um *quiz*, uma enquete e um concurso cultural. O conteúdo tratava naturalmente da biografia esportiva do jogador. No *quiz*, o usuário que atingisse maior número de pontos era recompensado com prêmios semanais. A enquete trata de uma escolha simples do melhor gol do Pelé em Copas do Mundo entre três opções oferecidas. O concurso pedia uma justificativa do participante sobre a escolha do gol, na qual deveria explicar por que aquele seria o mais bonito. No final, o participante concorria a um carro. Mais de 499 mil votaram na enquete, mais de 500 mil participaram do *quiz* e mais de 1 milhão apresentaram frases para o concurso.

Na Oi FM, o projeto “Alerta de Música” é um serviço destinado ao ouvinte que avisa o usuário sobre o sistema quando suas músicas favoritas vão tocar na rádio. A emissora registra o envio de 800 mil mensagens por mês. Ora, tanto pelo entendimento da revista como pelas “experiências interativas das emissoras”, evidencia-se a percepção de que a menor participação do público usando os sistemas tecnológicos para mensagens, ainda que seja uma mera escolha, configura as condições da interatividade.

Essas formulações obedecem à coerência de compreender interatividade como uma propriedade dos instrumentos que permitem aos chamados ‘usuários’ o desenvolvimento das operações em tempo real (VITTADINI, 1995); sugerem a possibilidade da participação de indivíduos (FRAGOSO, 2001), em princípio, apenas receptores (leitores, espectadores, usuários), como “ativos” no processo comunicacional ou como realizadores de produtos midiáticos (CAMERON, 1995; BETTETINI e COLOMBRO, 1995; e LÉVY, 1999). O problema estaria no que chamaríamos de nivelamento dos preceitos da interação com o mero arbítrio de navegação e escolha nas ofertas de conteúdo pré-disponíveis.

⁴³ Informações divulgadas no site Pay-TV News, <http://www.paytv.com.br/News.asp?ID=127748> (acesso 27/04/2009).

Na visão de Fragoso, incomoda a facilidade com que tais abordagens “conduzem à equiparação da ampla gama de possibilidades combinatórias viabilizadas pelo potencial quantitativo das tecnologias digitais à liberdade criativa”, permitindo-se a inferência de que interatividade, nessa dimensão, poderia redefinir os papéis de emissor e receptor, “desarticulando a assimetria entre produção e recepção midiáticas” (Fragoso, 2001, p 11). Nessa direção, interatividade seria compreendida como uma simples possibilidade técnica de determinados produtos, os quais se encontram necessariamente inseridos em processos midiáticos mais amplos, em dimensão insuficiente para conferir aos públicos a capacidade de gestão do conteúdo (SINOVA, *apud* SILVA, 2000, s.p.). O que teríamos seria uma ampla gama de combinações na qual todas as possibilidades estariam planejadas com o sentido de promover um efeito de imprevisibilidade nas condições de consumo, portanto construção de sentido segundo cada intervenção de cada usuário do sistema. Seriam incursões que até poderiam levar a certos processos criativos e, mesmo, a produções textuais novas - uma configuração que Fragoso chama de “simulação de liberdade criativa”. De certa forma, teríamos uma suspensão do processo de comunicação entre os sujeitos da instância de produção e recepção.

Sfez antevia que a interação, que seria usada como argumento de vendas no mercado teórico, atuaria em auxílio “de quem se interroga sobre a perda da criatividade que o indivíduo sofreria com a maquinização de sua memória e com os procedimentos heurísticos que lhe são próprios” (SFEZ, 1994, p. 23). Nesse movimento, a interatividade operaria como “uma chave mestra que suprime o medo e a desconfiança e, por meio da promessa de um diálogo enriquecedor, faz engolir a pílula” (*id.*, *ib.*). Ocupando uma linha bastante próxima das inquietações de Sfez e Fragoso, Alex Primo (2005)⁴⁴ também sustenta que a maior parte dos conceitos, definições e taxonomias de interatividade, efetivamente, derivam de paradigmas “mecanicistas e lineares”. Direccionam-se para a relação maquinica entre sujeito e objeto, por meio da qual a interação mediada contempla tão somente as perspectivas de causalidade, ação e reação entre o usuário e a interface dos programas de computação.

Primo e Cassol (2005), que atribui aos sujeitos envolvidos com essas ofertas interativas a figura de interagentes humanos, assim como Fragoso, lembra que o dito ‘usuário’, por mais que se diga que ele pode clicar e navegar, na maioria dos ambientes informáticos, sua ação estará restrita aos limites pré-programados. Dessa maneira, o que

⁴⁴ Primo foca seus estudos nas perspectivas presentes na Internet, lugar a partir do qual articula suas proposições de interação mediada pelo computador através da *Web*.

teríamos seriam grupos interativos reativos. No esforço de direcionar os estudos e a reflexão para o conteúdo, Primo e Cassol (id., ib.) propõe que a única forma de deslocar a perspectiva para um ponto de vista que contemple o produtor e receptor na dimensão da comunicação humana seria um entendimento de interatividade a partir da ação cooperativa, colaborativa dos agentes. Seria uma abordagem nos termos do construtivismo interacional proposto por Piaget, no qual “cooperação implicaria em respeito mútuo, reciprocidade, liberdade e autonomia dos interagentes” (PRIMO e CASSOL, 2005, p.13). Invoca-se o sentido de equilíbrio nas trocas, numa razão de interdependência, a partir do qual encontraríamos o grupo das “interações” denominadas, por Primo, de “mútuas”. Teríamos assim dois grupos de interação: o reativo e o mútuo, que seriam compreendidos a partir das referências de sistema, processo, operação, fluxo, *throughput*⁴⁵, relação e interface⁴⁶.

Barbosa Filho e Castro (2005, 2008) tentam trazer essa perspectiva de interação na proposição de interatividade, que fazem no âmbito exclusivo da TVDI – TV Digital Terrestre Interativa (a TV Aberta). São pesquisadores atualmente vinculados a grupos que atuam na formulação das políticas públicas do governo brasileiro. A concepção que trabalha interatividade é vista como a relação produção e recepção, pela qual “as audiências passam a interagir”, num processo que pode dar-se em diversos níveis com os realizadores audiovisuais. Nesse sentido, seria possível essa audiência “participar, interferir ou comentar os programas” (BARBOSA FILHO e CASTRO, 2008, p. 232). Os níveis dos quais falam tratam das possibilidades tecnológicas atuais e contemplariam cinco combinações:

- a) a transmissão bidirecional simétrica baseada em altas taxas de transmissão (*upstream* – subida de sinal, e *dowstream* – descida de sinal) comuns às redes de TV a cabo;

⁴⁵ Termo usado na informática para medir a produtividade de um computador, seja na operação de vários programas, seja no fluxo de troca de dados.

⁴⁶ Primo propõe sua formulação, entendendo sistema como “o conjunto de objetos ou entidades que se inter-relacionam entre si formando um todo”; processo como “acontecimentos que apresentam mudanças no tempo”; operação como “a relação entre a ação e a transformação; fluxo como curso ou sequência da relação”, throughput como “o que se passa entre a decodificação e a codificação, inputs e outputs”; relação como “o encontro, a conexão, as trocas entre elementos ou sub-sistemas” e interface como “superfície de contato, agenciamentos de articulação, interpretação e tradução”. (PRIMO e CASSOL, 2005, p.17)

- b) transmissão bidirecional assimétrica de retorno, usada na radiodifusão, graças a tecnologias chamadas de TDMA (Acesso Múltiplo por divisão de Tempo) e CDMA (Acesso Múltiplo por Divisão de Código), comum à telefonia móvel;
- c) transmissão bidirecional assimétrica, considerando o retorno como demanda do provedor de informação na qual o público apenas tem o poder de escolha entre opções disponibilizadas pela emissora (recurso disponível hoje, que oferta informações sobre a grade de programação ou sobre programa específico);
- d) transmissão bidirecional assimétrica usando um retorno off-line por meio de outro canal, no qual seria possível a participação dos diferentes atores sociais num ambiente de redes sociais e colaboração mediante a produção de conteúdos audiovisuais, processo que hoje ocorre por intermédio do acesso à Internet (mediado por computadores, como assinalam reiteradamente os autores) e agora é vislumbrado na esfera da TV Aberta, na dimensão de uma política de inclusão que o governo brasileiro vem chamando de TV Social;
- e) transmissão unidirecional possível por meio do conversor de sinal digital, o *set top box* disponível no mercado, que funciona como servidor de aplicações pelas quais serviços *on demand* (sob demanda, como compra de conteúdo, ou mesmo, gravação de capítulos ou episódios específicos, ou ainda telejornais), serviços públicos (INSS, Caixa Cidadão) e campanhas públicas estariam disponíveis, pré-programados, facultando ao telespectador apenas a escolha.

A dimensão que anima Barbosa Filho e Castro, além das novas possibilidades tecnológicas da TV Aberta (ainda não implementadas de fato, como veremos mais adiante), é da democratização do acesso, sobretudo nas possibilidades da interoperabilidade oferecidas pelo Ginga47, middleware, do SBTVD-T (o sistema de transmissão de TV Digital Nipo-

⁴⁷ Conforme definição no site organizado pelo grupo de desenvolvedores da tecnologia - <http://www.ginga.org.br/> (acesso em 12/08/2009) - “Ginga é o nome do Middleware Aberto do Sistema Brasileiro de TV Digital (SBTVD)”. O Ginga é subdividido em dois subsistemas principais interligados, o Ginga-J (para aplicações procedurais [Java](#)) e Ginga-NCL (para aplicações declarativas [NCL](#)). Entenda-se como procedural a linguagem na qual o sistema dispõe de todos os algoritmos que prevêm cada passo a ser executado permitindo ao programador estabelecer todo o fluxo de controle e execução do programa. E declarativo como a linguagem que descreve para o sistema o conjunto das tarefas que devem ser executadas sem se preocupar como

brasileiro adotado no país).⁴⁸ Configura-se um quadro diante do qual antevemos uma interação do público em geral com as novas plataformas, um espaço onde haveria “produção de conteúdos por parte das comunidades, associações, produtores independentes e profissionais multimídia”. A postulação que, articulada como defesa de uma política de uso, parece ocupar mais um viés teórico, que tende a dar conta da aplicação dos meios como viés público, abrigo uma noção de intercâmbio de culturas e inclusão. Dessa maneira, nos sinaliza a interação numa dinâmica na qual os sistemas tecnológicos interativos em intersecção com sistemas de produção mais abertos, colaborativos, com a possível participação do público, geram ambientes de interação multiplataforma. Essa conjunção de produção de conteúdo (sobretudo no viés democrático, tal qual defendido pelos autores), nesse ambiente de TV, Internet e Telefone, reforça nossa noção de ambiência midiática na qual a dinâmica dos sistemas fechados e abertos que nela operam é que permite as configurações dos “interagentes”.

3.3 AS INTERAÇÕES NO ÂMBITO DOS SISTEMAS

No que se refere aos sistemas, retornemos a Primo, à sua formulação de reativo e mútuo. Considerando que sua articulação parte da mediação por meio do computador, ele classifica a interação reativa como sistema fechado, enquanto que a interação mútua seria um sistema aberto, no qual não haveria partes independentes, mas interdependentes, formando um todo global. Um afetaria o outro, modificando o sistema global, diversamente do reativo, que,

serão implementadas. No caso do Ginga (desenvolvido por pesquisadores da PUC do Rio de Janeiro e pela Universidade Federal da Paraíba) o sub-sistema declarativo (Ginga - NCL) visa promover a infra-estrutura de apresentação para as aplicações, com facilidades para interatividade, adaptabilidade e como suporte de múltiplos dispositivos e programas ao vivo. Enquanto que o procedural (Ginga - Java) é uma infra-estrutura de execução de aplicações especificamente voltadas para a TV. Grosso modo é possível entender que o Ginga-NCL incorpora códigos de processamento para aplicações de interatividade com bom desempenho em IPTV, telefonia móvel e aplicações de curto prazo na TV Aberta. Enquanto que o Ginga-J, que incorpora a linguagem Java, tem capacidade de suportar aplicações interativas na TV mais robustas de longo prazo.

⁴⁸ Hoje a evolução do sistema é regulada pelo Fórum dos SBTVD, que reúne todos os setores envolvidos (governo, indústria, radiodifusores e pesquisadores) no processo de condução da implantação da TV digital no Brasil.

por sua vez, apresenta “relações lineares e unilaterais”, restando ao “reagente” mínimas condições (ou nenhuma) de alterar o “agente”. Primo ainda destaca que, na interação reativa, o sistema não percebe o contexto e, por essa razão, não tem como reagir a ele. Essa incapacidade, na visão do autor, impede que o sistema promova a “equidade”. Assim, nessa perspectiva, o que não está previsto não produz resultado. Aplicando a mesma perspectiva à noção de processo, entendida por Primo na interação mútua, a negociação promoveria as mudanças de curso, na reativa o rumo estaria limitado às possibilidades do estímulo-resposta.

Ainda seguindo a formulação do autor, do ponto da operação, a mútua se rege por ações interdependentes, que ele qualifica como cooperativas, por meio das quais a ação ativa e criativa dos agentes implica em modificação de comportamento. E um detalhe que, para nosso percurso, merece destaque: Primo e Cassol alertam que essa operação de mútua modificação pode dar-se entre o interagente e o ambiente. Indicam os autores que a cada evento comunicativo essa relação tende a se transformar.

No caso dos reativos, os sistemas se limitam a uma ação e reação que vai repetidamente obedecer à hierarquia estabelecida. Para definir o que se passa entre uma ação e outra ou entre uma ação e uma reação, que, para Primo, é o que se dá entre o *input* e *output*, o autor denomina o processo de *throughput*. Embora tal referência possa contaminar a perspectiva proposta por Primo, a aplicação que se propõe direciona essa medida de performance para a capacidade de codificação e decodificação na interação. Nesse sentido, no diálogo da interação mútua, a mensagem recebida é decodificada e interpretada, podendo gerar nova codificação, na qual cada interpretação se daria através da confrontação da mensagem recebida com a complexidade de cognição do interagente.

No caso da interação reativa, haveria apenas reflexo e automatismo, já que codificação e decodificação estão programadas, sem haver qualquer escolha ou seleção consciente – seria o computador que ofereceria falsa aparência de interpretação, uma vez que seu funcionamento está pré-determinado. Na mesma linha, o autor entende que, quanto ao fluxo, na interação mútua, haveria dinâmica e um processo em desenvolvimento, ao passo que na reativa, o fluxo seria linear, pré-determinado, cuja ação do usuário estaria limitada àquilo que o programador do sistema planejou.

No que se refere à relação, haveria negociação na interação mútua e causalidade na reativa. Para Primo, em razão de operar via ação e reação, os sistemas reativos implicam na sucessão temporal de dois processos nos quais um causaria o outro, configurando de tal maneira uma relação de causa e efeito. No interior desses sistemas haveria uma relação lógica, um fato que indicaria que, diante de uma mesma causa, um mesmo efeito seria gerado.

Em contrapartida, nos sistemas de interação mútua, seria verificável uma comunicação negociada, cuja relação seria construída pelos interagentes. “Por ser um sistema aberto e por pressupor processos interpretativos (entre outros fatores), não se pode jamais pré-determinar que uma certa ação gerará determinado efeito” (PRIMO e CASSOL, 2005. P.18).

Dessa maneira, na proposição do autor, encontraríamos, na interação mútua, um processo que vai se definindo ao logo do seu curso no qual ocorrem as relações, mas estas não determinam causalidade baseando-se no relativismo. A interação reativa, ao contrário, estaria lastreada no objetivismo. Do ponto de vista da interface - acreditam Primo e Cassol - os sistemas interativos mútuos promovem interfaces virtualmente, e os reativos “apresentam uma interface potencial” (P.18), trabalhando, dessa maneira, a noção de que virtual é um complexo problemático ⁴⁹ e que potencial é um conjunto possível. Por fim, Primo nos propõe a perspectiva da multi-interação, entendendo que várias interações podem ser simultâneas. Seria o caso de usuários da rede de computadores, que podem estar ao mesmo tempo dialogando por meio de um Chat e interagindo com o programa usado nessa comunicação.

Observa-se que a proposição do autor, apesar do avanço que se produz em relação às limitações da perspectiva maquínica e a aproximação que faz com nosso percurso de compreender as lógicas e dinâmicas da interatividade na digitalização a partir dos sistemas abertos e fechados, ainda ocupa-se de uma abordagem isolada dos sistemas. Ainda assim, as pistas da possibilidade de simultaneidade nos ajudam a reforçar o conceito de ambiência e inferem que os processos interativos resultam de uma relação de intersecção entre os sistemas. Tal como já sustentamos (especialmente no primeiro capítulo), é graças à ambiência gerada pelos **sistemas de produção e distribuição de conteúdo** (como os dispositivos tecnológicos de captação de imagens, edição e publicação da rede de computadores que implicam numa interação entre o homem e máquina pelas lógicas programáveis e reguladoras dos sistemas fechados) e **os sistemas de criação e consumo** (o caso das construções dialógicas dos portais que promovem redes sociais e comunidades virtuais e das postagens colaborativas ou contributivas hoje já comuns nos conteúdos jornalísticos e de entretenimento das mídias), que vamos encontrar processos interativos.

Já Reiman (2002), na busca de uma classificação para esses processos que contemplem tanto o potencial das tecnologias quanto a liberdade criativa destacados por Fragoso, seguindo uma abordagem que parte da perspectiva de interações sugerida por Primo, mas procurando compreender o fenômeno a partir das interações possíveis neste ambiente

⁴⁹ Noção presente em Deleuze (1988) e Lévy (1996).

midiático, divide as interações em três tipologias: reativa, coativa e pró-ativa. No tipo reativo, as opções de realimentação (*feedbacks*) seriam dirigidas pelo programa (o *software*, o aplicativo – escolhas como do Você Decide, da TV Globo, a votação de escolha no Telecine, como veremos mais adiante), com o mínimo controle do usuário sobre a estrutura do conteúdo. O usuário responde às possibilidades de escolha oferecidas pelo sistema. No tipo coativo (o dispositivo permite opções de seleção, como o caso da escolha da câmera nas transmissões de esporte – serviço oferecido no Brasil pela TVs por assinatura - em que a opção de corte multicâmera está disponível), o usuário poderia controlar a seqüência, o ritmo e o estilo do conteúdo.

Por fim, o terceiro tipo de interação proposto por Reiman seria o pró-ativo, processo no qual o usuário tem condições de controlar tanto a estrutura quanto o conteúdo. Imagina-se uma possibilidade de interação proposta para computadores e verificável nas experiências da Internet nos portais e sites de relacionamento, como *MSM, ORKUT, FACEBOOK, BLOG e TWITTER*. Nesses ambientes, chamados de *WEB 2.0*⁵⁰, por meio dos quais se formam redes sociais, os participantes dispõem de um programa de computador gratuito, que oferece ferramentas para estruturar páginas pessoais de relacionamento e publicação de conteúdos que podem ser compartilhados, discutidos, adotados e, mesmo, construídos coletivamente. São ferramentas com suas redes que, manipuladas pelos sujeitos pró-ativos de Reiman, produziram dois fenômenos midiáticos que já ganham espaço nos registros da história dessa década: a campanha eleitoral do presidente dos Estados Unidos, Barack Obama (2008)⁵¹, e a forma de divulgação que os opositores do governo do Irã encontraram para informar ao mundo sobre a política de repressão nas ruas e à imprensa, adotada pelas forças públicas locais. Todos os iranianos, descontentes com o resultado das eleições presidenciais (2009)⁵², passaram a usar seus aparelhos celulares como câmeras jornalísticas, registrando cenas de agressão, repressão policial e prisões que aconteceram no país durante os protestos da

⁵⁰ Web 2.0 compreende o conjunto de portais, serviços e softwares de relacionamento que permitem a formação de redes sociais por meio da rede mundial de computadores.

⁵¹ Por intermédio de uma rede social, o então candidato se comunicava diretamente com os eleitores que, por sua vez, mobilizaram uma rede de contribuições para financiar a campanha de Barack Obama. O fenômeno mereceu inclusive premiação no principal festival de publicidade e propaganda do mundo em Cannes, França.

⁵² Uma experiência semelhante, mas em menor grau, ocorreu durante o atentado de Madri, que deu a vitória a Zapatero, e na tentativa de golpe da Venezuela.

oposição ao governo reeleito. Os vídeos, postados em *blogs*, circularam pelas sociais e foram usados pela totalidade da imprensa ocidental⁵³.

Fortemente evidencia-se que não cabe descartar nenhuma das taxonomias ou compreensões de interatividade e de interações até aqui apresentadas, mas é necessário compreendê-las a partir da perspectiva de intersecção destes na dinâmica da mídiósfera onde cada qual vai contribuir para contextos interativos por meio dos quais se promovam as “múltiplas interações”. Nesse caminho, nos inclinamos a propor uma distinção entre interatividade e interação. Parte-se da premissa de que todos os dispositivos tecnológicos, os processos e contextos promovidos pelos sistemas fechados, especialmente de circulação e consumo de conteúdo, promovem “ofertas interativas” por intermédio das quais os sistemas abertos de criação e contribuição servem às múltiplas interações, seja entre o sujeito e a máquina, seja entre sujeitos. Não se trata de redução conceitual de limitar o termo interatividade às possibilidades instrumentais da tecnologia, risco já alertado por Fragoso, mas a concepção destes dispositivos na dinâmica dos seus contextos e processos guiados por um ordenamento sistêmico. Implica dizer que são portadores de objetivos funcionais na estrutura da ambiência midiática, portando sujeitos à autoproteção (LUHMAN, 2005) e à autopoiesis (MATURANA, 1995 e 1999), à dinâmica dos sistemas fechados em ambientes sociais, como descrito no primeiro capítulo.

Da mesma maneira, mostra-se inapropriado, acompanhando os alertas de Fragoso e Braga, conceber que os processos criativos e de produção somente agora, à luz destes dispositivos tecnológicos, promovem interação. Como já visto, os processos de promessa, texto, leitura e compreensão se fazem presentes em todas as formas narrativas produzidas pelos sujeitos, independentemente do suporte nas quais se apresentam.⁵⁴ Novamente, verifica-se que é indissociável conceber interatividade e interação como processos que se vinculam às suas lógicas de sistema: fechado no primeiro caso e aberto no segundo. Porém, cada qual reflete suas dimensões processuais e contextuais em todas as operações que venham a ocorrer na ambiência midiática, a qual ambos produzem como articuladores e na qual são protagonistas. É da conjunção dos dois sistemas, percebidos pelas dinâmicas dos seus processos que, no âmbito da mídiósfera, resultam as trocas, as tensões, os valores que

⁵³ Voltaremos a tratar mais detalhadamente desta experiência mais adiante.

⁵⁴ Lembremos das perspectivas dialógicas encontradas por Bakhtin nas obras de Dostoiévski ou as experiências de interação do espectador com o filme, encontradas por Jost nas obras cinematográficas francesas dos anos 1960 e 1970.

promovem a produção de sentido, bem como na conjunção que os interagentes de Primo operam a liberdade criativa com menor ou maior controle. É dessa maneira que acreditamos encontrar maior vigor na formulação das interações reativa e mútua como também dos níveis e das escalas de interatividade que podemos encontrar nos dispositivos digitais da TV.

A partir desse ponto, é possível inferir que, na ambiência da mídiósfera, vamos encontrar a interatividade a partir da conjunção de duas operações: “as ofertas interativas” e “os processos de interações”. As primeiras promovem a interação homem-máquina e, como meio, permitem a mediação entre produtor e receptor na construção e publicação do conteúdo. E os segundos resultam das trocas simbólicas e produção de sentido das quais resultam os textos (enunciações, discursos) construídos pelos sujeitos da comunicação nessa ambiência.

Assim, as ofertas interativas, nessas mídias mediadoras (propondo um reordenamento das taxonomias apresentadas para fins de sistematização da análise a qual o presente trabalho se propõe) podem ser percebidas nos seguintes âmbitos:

- a) Os tipos de assimetrias dos dispositivos de recepção do conteúdo audiovisual (direto ou *download*) e contribuição (escolhas simples, mensagens, *upload*);
- b) Os níveis de autonomia em relação ao aparelho de TV para escolher o que assistir (da opção simples de desligar, passando pelo zapping às escolhas de programação, câmeras em transmissões ao vivo e até participação colaborativa);
- c) As categorias de serviços disponíveis (informações sobre programação e programas, venda e gravação de programas, serviços públicos - aplicativos de acesso aos programas sociais e de cidadania dos governos -, serviços de educação a distância, serviços de comunicação interpessoal (e-mail, Chat).

Do ponto de vista dos processos de interações (sempre mediadas pelas mídias) poderiam ser averiguadas:

- a) a relação com o conteúdo, entre a instância da recepção e o texto, somente através das possibilidades disponíveis na máquina, respostas e seleção as ofertas – interação reativa;
- b) a relação entre os sujeitos da comunicação (produção e telespectador) no consumo, escolha de câmeras, envio de SMS e mensagem por *e-mail* - mútua coativa;
- c) a relação entre sujeitos da comunicação na construção de conteúdo – mútua proativa.

3.4 CENÁRIO DA INTERATIVIDADE

Antes de avançarmos no percurso teórico que fizemos até aqui, mostra-se necessária uma breve incursão no cenário empírico da interatividade, dada a ebulição e a velocidade com a qual se movimentam seus agentes. Acredita-se que esse deslocamento, nessa etapa do presente trabalho, ajude na compreensão da complexidade que se configura no curso da constituição dessa ambiência que já reúne o conceito multiplataforma (várias mídias são mobilizadas no sistema de distribuição, circulação e consumo), de convergência e dos efeitos de duplos papéis (trocados entre produção e recepção, em processos interagentes). Tudo se engendra à luz ou à sombra da tensa regulação dos sistemas de função, como o econômico, o social e o político. Afinal, não podemos esquecer, como já foi dito, que estamos diante de novas circunstâncias de produção, circulação e consumo.

O processo de digitalização da TV aberta brasileira, até julho de 2009, já era realidade em 22 cidades brasileiras. Pelos menos já há transmissões regulares de TV em São Paulo (SP), Belo Horizonte (MG), Rio de Janeiro (RJ), Goiânia (GO), Porto Alegre (RS), Curitiba (PR), Campinas (SP), Cuiabá (MT), Salvador (BA), Florianópolis (SC), Vitória (ES), Uberlândia (MG), São José do Rio Preto (SP), Teresina (PI), Santos (SP), Brasília (DF), Campo Grande (MS), Fortaleza (CE), Recife (PE), João Pessoa (PB) e Sorocaba (SP). Junto com a TVD, veio a promessa e esperança de que o novo sistema incorporaria, além da qualidade de imagem, processamento de dados e aplicativos que embarcassem ferramentas interativas de comunicação, relacionamento e serviços equivalentes àqueles experimentados na Internet. A expectativa vem embalada pela aprovação do *middleware* Ginga como plataforma recomendada pela UIT - União Internacional de Telecomunicações (órgão internacional que padroniza tecnologias), pelos avanços obtidos pela ferramenta (que, em razão das suas versões declarativa e procedural do Ginga, permite a interoperabilidade de sistemas de transmissão e plataforma de distribuição: TV, Internet e telefonia fixa e móvel).

Apesar de a transmissão digital já chegar próximo do seu segundo ano e sua cobertura já estar próxima de atingir metade dos lares brasileiros, apenas 3% do público potencial (existiram hoje apenas 1,6 milhões de conversores vendidos no país) assistem à TVDT (a TV Aberta). O sistema está presente em 22 cidades/metrópoles, onde se concentram 53% dos 53,4 milhões de domicílios com TV. Nesses domicílios, vivem 95,2 milhões de pessoas ou 49,8% da população brasileira. A Globo tem sinal digital sobre 46,5% da população, a Record cobre 22% da população, porém está restrita a cinco capitais (SP, Rio, Belo Horizonte, Goiânia e

Aracaju). SBT e Rede TV (extinta Manchete) já tem seu sinal cobrindo 19,4% da população, e a Band, 15,7%.

Oficialmente, as justificativas para essa baixa adesão apresentam a ausência de conteúdo em Alta Definição, em escala que justifique o investimento, o custo dos decodificadores (embora já existam opções simples na faixa dos 200 reais para TVs de tubo e 400 reais para TVs de plasma). Mas há um sentimento entre governo, indústria e radiodifusores de que somente a interatividade - até julho de 2009, ausente dos conversores (as primeiras versões desse novo codificador só chegaram ao mercado em agosto de 2009) - poderá mudar esse rumo.

As ações empreendidas no primeiro semestre de 2009, com propósito de liberar os *royalties* da criação brasileira, surtiram os primeiros efeitos junto à indústria. A LG apresentou versão do *middleware* Ginga, aplicado num aparelho de TV em HD e que deverá ser oficializado como padrão de interatividade para a TVD-T no Brasil. A linha de TVs, batizada pela empresa coreana como Time Machine Digital, vem com capacidade tanto de gravar programas da televisão em alta definição como para operar aplicações de interatividade. Em julho de 2009, a estimativa do Fórum do SBTVD era promover experiências com a participação do público até o final do ano. Dois meses antes, a Rede Globo já havia anunciado, por meio do seu diretor de engenharia de rede, Raimundo Barros, que os estudos de aplicações interativas, desenvolvidos há três anos pela emissora, já estariam disponíveis na edição 10 do Reality Show Big Brother Brasil e nas jornadas esportivas no segundo semestre.

Conforme publicação do *site* especializado em mídias ADNEWS (publicada em 13/05/2009), o executivo informou que os aplicativos já oferecerão ao público, com acesso pelo controle remoto, informações complementares sobre o programa, tais como detalhes dos times que estão jogando, no caso do futebol, e dos participantes, no caso do *reality show*. Trata-se de opções semelhantes àquelas já testadas pela Globo em 2006, com assinantes da NET e Sky Digital, durante o Carnaval e a Copa do Mundo. A diferença desta vez é que a área de engenharia envolveu as áreas de conteúdo da emissora. As experiências, de acordo com Barros, contemplam aplicativos nas duas possibilidades de codificação do *middleware* Ginga (possuem suporte tanto para o padrão NCL quanto para o padrão Java). Embora isso revele que, apesar dos preparativos, o público somente terá acesso às novidades quando os conversores com essa tecnologia estiverem disponíveis, evidencia-se um movimento mais objetivo da Globo na direção da interatividade. Na mesma entrevista, o diretor assegura que o

foco da emissora é estimular a formação de comunidades com os telespectadores (com o canal de retorno, seria possível fazer comentários sobre a programação no ar).

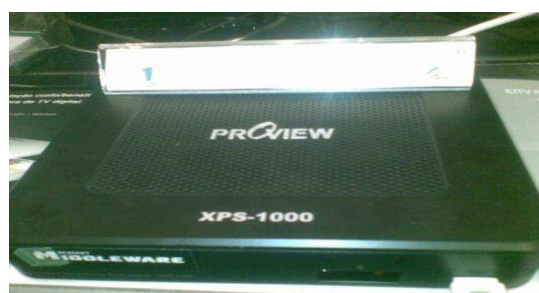
3.5 EXEMPLOS DE APLICATIVOS DE INTERATIVIDADE NA TV ABERTA

Durante a feira tecnológica Broadcast & Cable, organizada pela SET – Sociedade de Engenharia, que reúne os principais técnicos que atuam nas emissoras de radiodifusão do Brasil, entre 26 e 28 de setembro de 2009, o Fórum do Sistema Brasileiro de TV Digital Terrestre (foto 14) apresentou os primeiros decodificadores (foto 15) com o middleware Ginga, que viabiliza a implantação de interatividade na TV Aberta. Junto com os conversores, as principais Redes de TV Comercial apresentam protótipos de aplicações interativas que vêm sendo desenvolvidas pelos canais, juntamente com as indústrias de conversores e empresas de desenvolvimento de softwares.

Os aplicativos, em geral, se baseiam em opções de oferta de conteúdos já experimentada na Internet por meio dos portais de cada emissora. Os ícones e as opções de navegação obedecem ao mesmo princípio usual nas páginas da *Web*, inclusive a lógica de distribuição das janelas de texto no espaço da tela. Os comandos para acesso ao conteúdo ficam a critério do telespectador, por meio das teclas do controle remoto (foto 17). O canal de retorno usado para enviar o comando acionado no controle até o servidor das emissoras é uma linha de conexão de Internet (foto 16).



14



15

Foto 14 – Mostra o stand do Fórum do SBTVD na feira Broadcasting & Cable, São Paulo, 2009.

Foto 15 – Mostra um dos conversores que adotou o middleware Ginga.



16

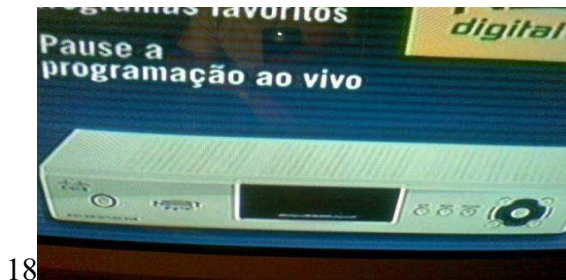


17

Foto 16 – Mostra um protótipo do middle Astro TV, um dos primeiros a incorporar o Ginga, para telefonia móvel e a conexão *web* para canal de retorno da TV Aberta.

Foto 17 – Mostra no exemplo do portal de interatividade do SBT para canal Aberto com os comandos de navegação feitos pelo controle remoto.

Os conversores destinados à recepção de TV aberta (fotos 15 e 20) que foram apresentados procuram reagir ao avanço que ganha, no mercado, a TV por assinatura (cabo e satélite), que já oferecem dispositivos de interatividade e conexões multimídia (foto 16, 17 e 18), inclusive DVD e *Blu-Ray*. O canal de Retorno sempre depende de uma conexão de telecomunicação. Essa necessidade naturalmente estimulou uma integração com base num conceito de complementaridade entre TV e Internet (foto 21).



18



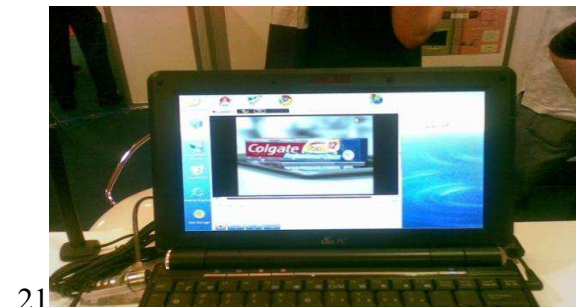
19

Foto 18 – Mostra conversor de sinal em HD da Net.

Foto 19 – Mostra o console de conexões do conversor com diversas portas de entradas para sinais de vídeo, áudio e dados.



20



21

Foto 20 – Mostra diversos conversores para TV aberta ou por assinatura.

Foto 21 – Mostra recepção de sinal de TV pela web e canal de retorno via conexão banda larga.

Na mesma feira, o Fórum do SBTVD apresentou a evolução da recepção do sinal digital que inclui, além da recepção doméstica em telonas (que já atingem 101 polegadas – foto 23), toda a possibilidade de recepção móvel (em telinhas Pocket de 3,5 polegadas – foto 22).



22



23

Foto 22 – Mostra tela de pouco mais de três polegadas para recepções móveis do sinal de TV Aberta.

Foto 23 – Mostra tela de 101 polegadas para recepção do sinal em HD transmitidos pela TV Aberta.

3.5.1 Protótipo de interatividade da TV Globo

O programa de experiência é a telenovela “Caminho das Índias”. O aplicativo oferece conteúdo como informações sobre os personagens, sobre capítulos passados, uma galeria de fotos dos cenários e de algumas cenas, uma enquete na qual o telespectador pode votar sobre as opções para desfecho de alguma encruzilhada da trama (como se uma personagem vai ou não contar ao marido que o filho tem outra paternidade). O mesmo conteúdo já está disponível no site da telenovela, no portal Globo.com. O material, no ar pela banda digital da emissora, pode ser acessado durante a exibição da programação normal.⁵⁵

⁵⁵ Conforme informou o diretor de engenharia da TV Globo São Paulo, Raimundo Correa, ao Site Convergência Digital (www.convergenciadigital.com.br acesso em 13/05/2009) as experiências da emissora usando interatividade em sinal aberto começaram em 2008 (momento em que as equipes de produção de conteúdo começaram a participar dos testes) com o Carnaval e o Campeonato Brasileiro, mas foi em 2009 com a telenovela *Caminho da Índias* que o atual formato ganhou força. A emissora já testou os dois subsistemas do Ginga (NCL e Java) e em vários conversores disponíveis hoje no mercado



24

Foto 24 – Frame, registrado durante o horário do programa Vale a Pena ver de Novo, mostra que os ícones aparecem na lateral da tela, seguindo as mesmas referências de navegação da Web.



25

Foto 25 – Mostra exemplo do aplicativo de uma enquete sobre um conflito na trama da telenovela. As opções oferecidas para o público são de escolha simples.



26

Foto 26 – Registro durante o intervalo na programação da tarde mostra que o ícone 'personagens' apresenta uma foto e informações sobre o perfil destes na telenovela.



Foto 27 – Registro mostra a janela com a galeria de fotos com detalhes da cenografia.



Foto 28 – Registro mostra galeria de fotos com informações sobre o material usado na mobília do cenário.

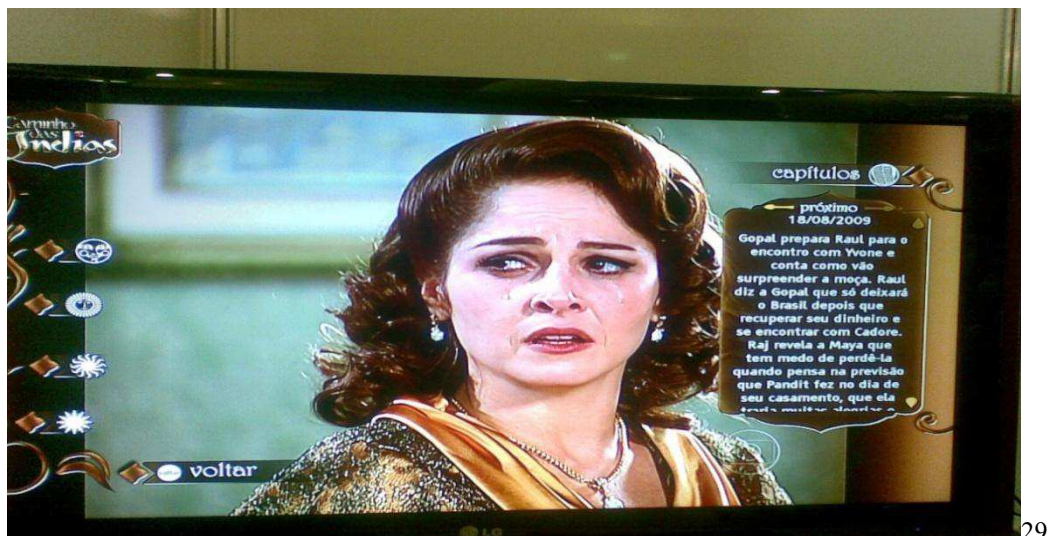


Foto 29 – Registro mostra que a janela interativa oferece informações sobre os capítulos que já foram ao ar, no caso o do dia 18/08/2009.

3.5.2 Protótipos do SBT

No protótipo do SBT, a emissora optou por gerar um portal por meio do canal de transmissão da TV. Batizado de portal da interatividade, a TV do Grupo Sílvio Santos oferece notícias, divulgação das novidades da programação, uma enquete e informações sobre promoções (a empresa está associada a outros negócios, além de comunicação, e costuma oferecer jogos e premiações em alguns programas). O conceito de portal permite que o telespectador reduza a janela do conteúdo da TV para poder navegar exclusivamente no aplicativo de dados.



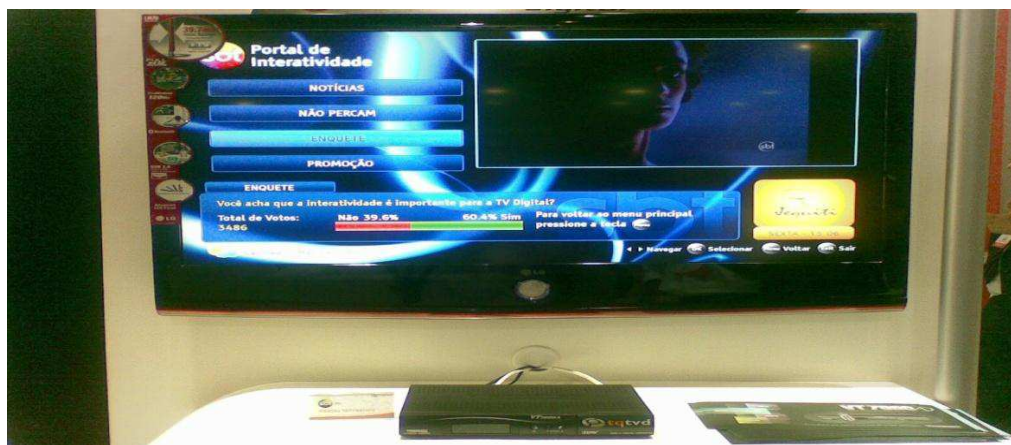
32

Foto 30 – Mostra o recurso de reduzir a tela da programação da TV, priorizando o espaço para navegação nos aplicativos do portal, como é possível fazer no portal da emissora na Internet.



31

Foto 31 – Registro mostra que todos os controles de navegação são comandados pelas teclas do controle remoto, enviados ao servidor da emissora mediante uma linha de conexão *Web*.



32

Foto 32 – Mostra o exemplo do aplicativo com a enquete, sendo que a janela com o conteúdo abre na parte inferior da tela.

3.5.3 Protótipo da Rede Record

O protótipo da Rede Record optou pela exploração do *Reality Show* “A Fazenda”, um sucesso de audiência da emissora, que reuniu famosos num espaço cenográfico que reproduz uma vida no campo. A exemplo da Globo, a emissora oferece conteúdo complementar sobre o programa: Tá na Roça resgata detalhes dos processos de eliminação do jogo; “A Fazenda” dá informações sobre o programa; Peões descreve o perfil dos participantes; Notícias comenta eventos que aconteceram no programa; e Enquete também apresenta questões de escolha simples sobre episódios do programa.



33

Foto 33 – Mostra que o aplicativo adotado pela Record, da mesma forma como os protótipos da Globo e do SBT, organiza os ícones de navegação do lado direito da tela.



Foto 34 – Registro revela que a janela de conteúdo (no exemplo com informações sobre o perfil de um dos participantes), abre no lado esquerdo da tela.

3.5.4 Outros aplicativos

As empresas que desenvolveram as caixas conversoras com o *middleware* Ginga ainda oferecem às emissoras outros aplicativos, como as informações sobre times e performances das equipes em transmissões de jogos de futebol. Nesse exemplo, o conteúdo como escalações, estatísticas de desempenho na partida, que antes eram apresentados a critério do narrador com o uso deste software, podem ser acessados de casa pelo telespectador.

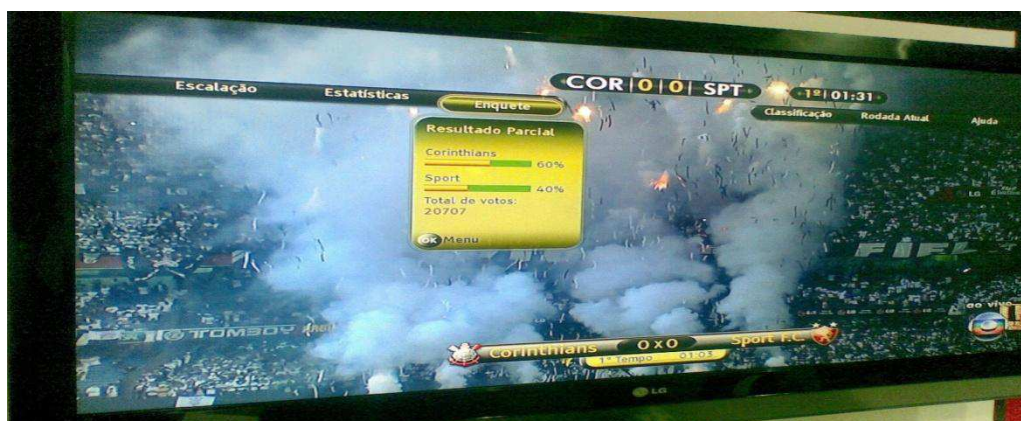


Foto 35 – Mostra a configuração de um padrão de uso do espaço da tela. Os ícones aparecem na parte superior da tela. A janela de texto abre logo abaixo do ícone.



Foto 36 – Registro mostra as janelas de conteúdo com as escalções dos times.



Foto 37 – Mostra as estatísticas de cada time no jogo.



Foto 38 – Mostra o exemplo da janela de texto que mostra a situação dos times na tabela de classificação.

O mesmo *software* ainda disponibiliza o acesso às informações gerais e específicas de cada time que disputa um campeonato. O telespectador torcedor pode acompanhar os detalhes a seu critério, tal como acontece nos grandes portais de informação da *Web*.⁵⁶

Jogadores	Total	Média
Alecsandro	10	0,53
Nilmar	5	0,71
Taison	4	0,25
Andrezinho	3	0,16
Bolaños	3	0,43
D'Alessandro	2	0,29
Sorondo	2	0,14
Giuliano	2	0,12
Talles Cunha	1	0,50
Magrão	1	0,11

Foto 39 – Mostra a janela com a relação de gols feitos no Campeonato Brasileiro de 2009 pelos jogadores do Internacional de Porto Alegre.

Outro serviço desenvolvido pelos aplicativos embarcados nos conversores lançados em agosto de 2009 são as informações de meteorologia e jogos *on line* como o software do jogo e informações sobre a turma da Mônica.



Foto 40 – Mostra o aplicativo de jogo da turma da Mônica.

⁵⁶ Os desenvolvedores de aplicativos já disponibilizaram *softwares* que permitem processos à votação, informações sobre trânsito, ensino a distância, escolha de temas para programas, escolha de entrevistados, programas para crianças que poderão brevemente estar disponíveis pela TVD aberta.



Foto 41 – Mostra o aplicativo de meteorologia.

3.5.5 A composição multiplataforma – TV e Web

A tendência dos canais abertos levou a Sky (operadora de TV paga com transmissão por Satélite) a fazer um acordo com estas emissoras, para poder incluí-las na sua oferta de canais em HD a partir de agosto de 2009.⁵⁷ Foi também a mesma motivação de duas gigantes da Web de ingressar no Fórum do SBTVD, em julho deste mesmo ano. Trata-se da IBM e da Intel. Esta última, especialista em processadores, focada no mercado da mobilidade e já atuando com sua parceira Sun (desenvolvedora de software usando a tecnologia Java, que permite qualidade nas transmissões de vídeo e áudio) para a otimização do Gingga-J nos chips da empresa. Já a IBM tem como meta a convergência entre interatividade e conexão.

O fato é que interatividade e mobilidade já são vistas pelo potencial mercadológico, perspectiva que também atraiu a atenção da Microsoft e Google, que atualmente travam uma guerra na Web e querem trazer a disputa para esse espaço da TVD.⁵⁸ Na mesma linha, os radiodifusores percebem o nicho multiplataforma e, a exemplo do que já vinham fazendo a Globo e a TV Cultura, Record, Band e SBT, aderem à rede de microblog Twitter. Trata-se de textos de até 140 caracteres, que vão atualizando os seguidores com informações como novidades sobre a programação da emissora. A TV Cultura teria 3.198 seguidores pelo

⁵⁷ Destaque-se que até o momento somente os serviços de TV por assinatura, cabo, fibra ótica (Net Serviços, TVA) e por satélite (Sky, Embratel) oferecem caixas conversores com alguns aplicativos de interatividade previstos para a TV Aberta. As empresas de telefonia que até agora tem se associado a algumas operadoras de TV por assinatura aguardam uma provação do congresso para também entregar o mesmo serviço via linha fixa de telefone.

⁵⁸ A tarde *on line* (<http://www.atarde.com.br> acesso em 21/07/2009)

Twitter e a TV Globo computaria 2.989 seguidores do microblog, enquanto a Record vem em terceiro lugar, com 2.104. A TV Brasil conta com 1.994 seguidores. O SBT já tem 367 seguidores, contra apenas 100 da Band.⁵⁹

O fato é que os radiodifusores assumem como evidência que o consumo do conteúdo gerado para TV não se dá mais apenas pelos sistemas de transmissão tradicionais desta mídia. Além da mobilidade proporcionada pela digitalização da TV aberta, que levou a recepção para o carro, ônibus, metrô e celular, o público assiste, há muito, pela *Web*. Um universo, hoje estimado em mais de 35,5 milhões de brasileiros conectados⁶⁰, 12 milhões acessando a rede por banda larga⁶¹, não é mais ignorado.

Uma pesquisa realizada pela consultoria Accenture, em 2008⁶², que foi realizada em 13 países, ouvindo 13,6 mil pessoas, 1.030 delas brasileiras, pré-selecionadas, com mais de 18 anos e que usa microcomputadores e celulares, revelou que 74% já assistem TV pelo computador. O estudo aponta um crescimento de 13 pontos percentuais em relação à mesma pesquisa efetuada em 2007. Se considerados apenas os dispositivos móveis, o uso é comum entre 45% da amostra contra 32% registrados em 2007. Dados apresentados pela Rede Globo (publicados pela Tela Viva News, www.telaviva.com.br acesso em 30/10/2007) revelam que os acessos ao portal da emissora, exclusivamente para ver conteúdo audiovisual, superou

⁵⁹ Em recente artigo na Adnews (www.adnews.com.br acesso em 27/04/09) o jornalista Marcelo Gripa informa que o **Twitter ainda não se popularizou no Brasil, mas** cresce em outros países, como nos Estados Unidos, onde o número de visitas, em março de 2009, registrou 9,3 milhões, um crescimento de 131% no período, segundo teria avaliado a consultoria ComScore. Para Andrew Lipsman, analista da empresa, citado no artigo, "parece que você não consegue mais passar por um típico noticiário sem mencionar o *Twitter*". Lipsman também registraria o uso do *Twitter* em transmissões ao vivo ou em coberturas feitas por pessoas comuns, como nos noticiários de TV da CNN. O analista ainda teria afirmado que, gostemos ou não, "o *Twitter* está rapidamente revolucionando a forma como todo o nosso ecossistema de notícias opera de jornalistas a consumidores".

⁶⁰ Dados do IBOPE de outubro de 2009.

⁶¹ No mundo, 2,5 bilhões de pessoas devem estar em rede até 2013, segundo previsões da Forrester, publicadas pelo Jornal do Brasil (21/07/2009). No Brasil, considerando os jovens de 16 anos ou mais de idade com posse de telefone fixo ou móvel, o IBOPE passou a indicar a existência de 64,8 milhões de pessoas com acesso à *Internet* em qualquer ambiente (residências, trabalho, escolas, *lan-houses*, bibliotecas e telecentros). Informação publicada no ADNews, www.adnews.com.br, acesso em 20/08/2009.

⁶² Divulgada no site da Oficina Net, www.oficinadanet.com.br/noticias_web/2532/tv_via_pc_e_celular_ganha_terreno_no_Brasil, acesso em 30/07/2009.

481 milhões de vídeos (o site You Tube tem 120 milhões de vídeos assistidos por dia, com 60% da audiência de vídeo em toda a Web).

Conforme as informações atribuídas na publicação a Juarez Queiroz, diretor do portal Globo.com, durante a Copa de 2006 teriam sido assistidos 12,5 milhões de vídeos, sendo que 2,4 milhões de pessoas assistiram a jogos ao vivo, enquanto que o "*Big Brother*" 2007 teria gerado 237 milhões de acessos a seus vídeos. Em 2009, MTV, Rede TV e Record, também convencidas de que os hábitos de consumo da produção televisiva estão mudando, aderiram ao uso dos portais mais sofisticados, com espaços interativos, buscando uma interação com o público (blogs e enquetes) e oferta de conteúdo da programação (a maioria das emissoras abertas concluiu recentemente seus processos de digitalização do conteúdo). O discurso comum a todas as emissoras, embora dos 60% dos 20 bilhões de reais investidos em propaganda no Brasil ainda sejam destinados à TV, está focado na perspectiva dos novos mercados⁶³, o que significa produzir conteúdo pensando também em Internet, sendo que, no caso da Rede Globo, esse espectro se estende para a telefonia móvel.

Esse cenário tem atraído também quem atuava apenas na *Web*, caso dos portais provedores de conteúdo como Terra e UOL, ou que privilegiavam as redes sociais, como o *MSN*. O Terra, por exemplo, que teria oito milhões de usuários dos serviços do Terra TV⁶⁴, e 60 milhões de vídeos assistidos ao mês, tem investido na compra de direitos para grandes eventos esportivos, como Jogos Olímpicos e Copa do Mundo, e em parcerias com estúdios produtores de conteúdos, como a Disney, para a distribuição de séries de TV. Enquanto isso, a TV UOL tem dirigido seus esforços para ampliar sua produção de conteúdo jornalístico própria em vídeo, equiparando com a quantidade que recebe de conteúdo colaborativo dos seus internautas. Já o *MSN* (40 milhões de usuários no Brasil), desde 2008, passou a oferecer, junto com o espaço aberto a contribuição, conteúdos de vídeo editoriais de parcerias como

⁶³ Estudos divulgados pela empresa de consultoria de mídia Pricewaterhouse Coopers (PwC) em julho de 2009 que a publicidade digital móvel no mercado dos países como Brasil, Argentina, México, Colômbia e Venezuela até 2013 deve saltar dos 29 bilhões de dólares registrados em 2008 para 185 milhões de dólares. Enquanto que na Internet fixa esse mercado, que 2008 movimentou US\$ 660 milhões na mesma região, deve chegar a US\$ 1,5 bilhão em 2013. Dados acessíveis em <http://www.skrol.com/2009/07/publicidade-movel-e-tv-digital-sao.html>, nosso acesso em 30/07/2009.

⁶⁴ Dados de abril de 2009, segundo informação do diretor de mídia Pedro Rolla ao site Tele Viva News www.telaviva.com.br/News.asp?ID=126998&Chapeu=, acesso em 10/04/2009.

New York Times, *Reuters*, *BBC Brasil*, *Discovery* e *Turner*. Na avaliação dos executivos, o uso *MSN*⁶⁵ revela que hoje o internauta, além de querer consumir o vídeo, quer compartilhar e discutir a experiência com sua rede de contatos.

Pode-se inferir desse quadro a efetiva reconfiguração dos sistemas de produção e distribuição. Com a digitalização, os processos de captação e montagem de imagem e áudio usam uma base comum, que pode ser codificada em baixa, padrão e alta definição, passar por uma modulação única e ser distribuída para diversas plataformas de recepção (TV, Internet, *Web*, receptores móveis, como telefone e *plams*). Como mostra o gráfico abaixo (figura que integra relatórios da equipe de pesquisa da Unisinos, da qual participamos, que contribuiu, em 2005 e 2006, com o desenvolvimento de um codificador e de um multiplexador de vídeo para o SBTVD⁶⁶), as condições de produção, geração e distribuição de conteúdo, que antes eram limitadas às possibilidades específicas de cada mídia, agora tendem a operar numa base de convergência.

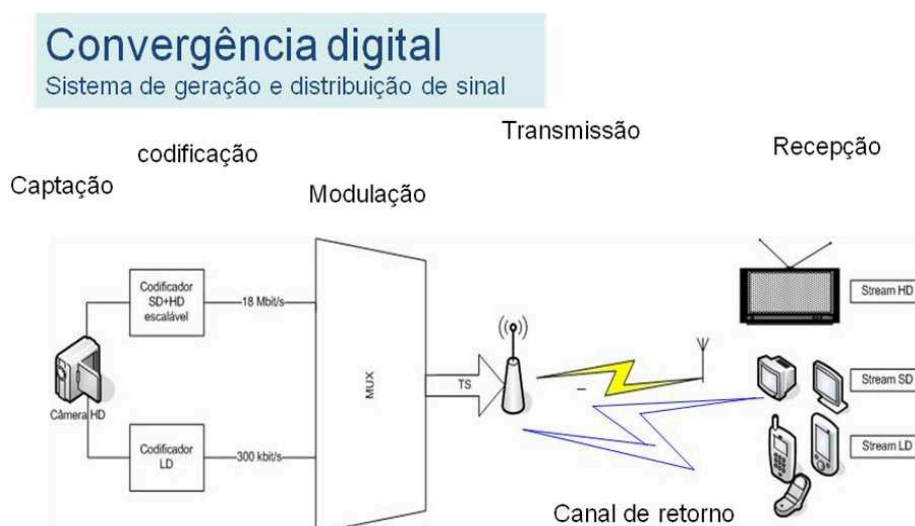


Figura 3 – Mostra o fluxo de distribuição dos sinais de som, imagem e dados em multiplataforma e a necessidade de um canal de retorno para a comunicação com as emissoras.

Em razão disso, todos os atores de uma cadeia de valor dos sistemas de produção, circulação e consumo reúnem competência de atuação nesse ambiente múltiplo, diverso e, ao mesmo tempo, ocupando uma esfera comum. Tecnicamente, a produção é possível a todos os

⁶⁵ Idem

⁶⁶ BITTENCOURT, João Ricardo ; FINK FILHO, Aury ; DAMÁSIO, Felipe Wilhelms ; MUNARETTI, Ruthiano ; CERON, João Marcelo ; WEIRICH, Emerson ; RODRIGUES, Antonio Gabriel ; ROBINSON, Genessa ; RHEINHEIMER, Letícia Rafaela ; BITTENCOURT, Wolfran ; GÓMEZ, Arthur Tórgo ; KIELING, A. S. ; PINTO, Sérgio Crespo C ; ROESLER, V. . Sistema de Apoio ao Professor em Sala de Aula.. 2005

agentes. Todas as formas de captação da imagem e som (das câmeras analógicas, das câmeras digitais profissionais, amadoras, de celulares, de computadores, de cinema) podem ser codificadas e editadas digitalmente em HD – alta definição (custo mais alto) e SD - definição padrão, ou mesmo, LD – baixa definição (baixo custo, com uso de *software* gratuito na *Web*). Essa maleabilidade permite que esse conteúdo possa ser exibido em qualquer suporte de recepção de vídeo e áudio, juntamente com uma base de dados, como mostra a figura abaixo (que apresentamos em 2008 para uma proposta de pesquisa na Unisinos). Considerando a atualização das tecnologias transmissão (*wimax*, *bluetooth*, *wifi*, banda larga) e a evolução dos aparelhos de recepção, a qualidade de imagem entregue em cada suporte evoluiu.



Figura 4 – Esquema de produção e exibição com captação e distribuição digitais.

Da mesma forma, verificamos, no âmbito das condições de consumo, a mesma possibilidade de assistir a esses conteúdos nas diversas plataformas que, embora ainda proibitivas para uma parcela importante da população do país, já estão mais acessíveis. É uma oferta que se incorpora aos ritmos culturais e sociais dos grandes conglomerados urbanos que distanciam as pessoas das esferas públicas presenciais e, mesmo, das vivências domésticas que marcaram os melhores momentos da TV analógica, nos quais o espaço de consumo era a família na sala. Mesmo que esses hábitos do coletivo familiar ainda persistam, verifica-se um

deslocamento importante para experiências de consumo num ambiente de coletivo virtual, por meio das redes sociais da *Web*.

De outro lado, a possibilidade de interação com as instâncias de produção dos veículos de comunicação e, mesmo, a possibilidade de produzir, contribuir e participar evidencia a mobilização de parcela da instância de recepção (os jovens com acesso a rede, especialmente de banda larga), mais acostumada ao novo ambiente tecnológico interativo e multimidiático (figura abaixo). Essa condição introduz uma competência nova nas práticas de consumo do público, além da possibilidade de agente produtor, com o envio de conteúdo colaborativo, que é a condição que está sendo chamada pelos executivos da mídia de *watchkeeper* (numa analogia com a teoria do *gatekeeper*): a possibilidade de ver o que quiser, onde e como quiser. Mas, apesar disso, o cenário mostrado pelo mundo da mídia indica que o público na condição de telespectador não vai se abster de consumir serviços editoriais. É esse conjunto que, entende-se, encontra sua dinâmica e operações complexas no âmbito da midiosfera.



Figura 5 – Esquema de produção de conteúdo colaborativo

3.6 INTERATIVIDADE NO BRASIL

Uma rápida retrospectiva na história da interatividade na TV brasileira vai nos revelar que, na ambiência da midiosfera, tornam-se cada vez mais verificáveis os processos de

interatividade nas duas categorias já assinaladas: a interação homem-máquina e aquela que promove a mediação entre produtor e receptor no desenvolvimento e publicação do conteúdo. Lembremos que o embrião dos relacionamentos entre a TV e seu público foi a “carta”, usada para manifestar opiniões, mas principalmente para participar de sorteios dos programas de auditório, como nos programas de auditório das décadas de 1960 e 1970.

Notadamente o programa de Flávio Cavalcanti prezava uma participação do público. Ou ainda o popular “O Céu é o Limite”, apresentado por Jota Silvestre, no qual os telespectadores se inscreviam para participar de jogos de perguntas sobre conhecimentos gerais, ou mesmo, para propor perguntas e até fazer correções a temas abordados em episódios anteriores. Hoje constitui um quadro atualizado pelo SBT no programa Silvio Santos, que conta com Internet e estudantes universitários para auxiliar os concorrentes nas respostas às perguntas de conhecimentos gerais. Mas o que prevalece na interatividade pelas cartas é a participação em sorteios, com quadros comuns nos programas de auditório de Flávio Cavalcanti (TV Tupi), Chacrinha (TV Globo) e Sílvio Santos (TV Globo, SBT).

O telefone entra no universo da interatividade na TV brasileira em 1992, com o programa “Você Decide” (TV Globo)⁶⁷. Nos episódios, havia sempre bifurcações para os personagens que deveriam, ao longo da trama, optar por um caminho. Cada uma dessas opções levava a um final diferente da história, que era escolhido pelo público por telefone. Na primeira fase, havia apenas duas opções. Lembremos o exemplo de um episódio. O caso de um pai de família desempregado, com filho doente, no qual o dilema era se ele deveria ou não roubar para comprar o remédio para o filho. Ao longo da apresentação do episódio o público votava e escolhia a conduta que o personagem deveria seguir.

Um fato curioso foi que, nos resultados das ligações, havia sempre uma tendência transgressora de parte do telespectador. Em geral, o público apoiava o motivo, pouco considerando os “meios”, ou seja, a escolha, no caso do pai desempregado, era pelo roubo para a compra do remédio, numa afronta à moral da sociedade. Convenientemente, a emissora introduziu, em 1996 (perdurou até 2000), uma terceira opção de final, que criou um caminho alternativo entre o roubar e o filho morrer.

Foi uma saída politicamente correta em todos os sentidos, para o problema apresentado na história, para a moral burguesa da sociedade brasileira e também para a estratégia de interatividade que, por sua vez, é reforçada por uma ação complementar. Além

⁶⁷ Um programa de ficção em que histórias cotidianas são narradas em 40 minutos de produção, tratando de dilemas como trair, roubar, egoísmo, altruísmo, ética, moral.

do apresentador, que acompanha ao vivo a votação por telefone e vai dando parciais dos resultados, *links* ao vivo de duas cidades, em regiões diferentes do país, mostram pessoas numa praça pública assistindo ao episódio por telões. Algumas são selecionadas na hora pela produção de campo do programa e entrevistadas por um repórter das equipes de jornalismo da emissora (Nesta experiência começa, na TV Globo, um forte trabalho de sinergia entre os departamentos de produção – que cuida dos programas de entretenimento - e de jornalismo). Esses telespectadores “especiais” são chamados a opinar sobre os temas abordados na história, num pressuposto de discussão do assunto.

Se pensarmos, no ponto de vista da interatividade, nesta experiência do *link* ao vivo, o telespectador estaria acoplando seu discurso entre os espaços cedidos no discurso da emissora. Todavia, não dá para esquecer os filtros da equipe de produção local que seleciona quem vai falar (há um acordo pré-participação), o filtro do diretor do programa que fala por fone diretamente com o repórter (numa linha exclusiva entre os dois) durante a transmissão, mandando cortar, fazer tal questão, etc. e os filtros do próprio repórter.

A TV Globo ainda fez duas outras experiências com o uso do telefone, o “Intercine” (1996), em que o telespectador escolhia, inicialmente, entre três opções e, depois, entre duas, o filme que passaria na madrugada do dia seguinte) e o “Vale a pena ver de novo” (a escolha era qual novela deveria ser reprisada no horário do meio dia após o telejornal). Graças às iniciativas precursoras, a TV Globo vai obter sucesso no empreendimento da interatividade na versão brasileira do programa “*Big Brother*”⁶⁸. No BBB, a escolha é pelo participante que deve sair do jogo, o tipo de prova que deve ser aplicada em determinado momento do jogo, o desafio semanal para os participantes numa relação que é mediada por um jornalista que usa sua credibilidade como apresentador para conferir autenticidade a essa relação. Em 2005, o programa chegou a registrar 31 milhões de votos ao longo da sua exibição. Na versão de 2009, esse número passou de 40 milhões em uma das votações para eliminar um dos concorrentes. A Globo repetiu a mesma fórmula no quadro “Dança no Gelo”, do programa “Programa do Faustão” (2006) e nas transmissões de Futebol, nos quadros dos programas de informação “Fantástico” e “Globo Repórter” (ambos em 2006).

Na TV aberta brasileira, outras emissoras como o SBT também vão repetir a receita da Globo em *reality shows*, como “Ídolos” e “Rei Majestade”, ou na TV Bandeirantes, com “Jogo da Sedução”, onde o público, por meio do telefone, *Web* ou *SMS*, escolhe quem fica ou quem sai das disputas. O sucesso da experiência fez a rede concorrente da Globo lançar

⁶⁸ Participação ao público por meio de Internet, telefone e SMS (mensagens via celular).

também, em 2009, uma *reality show* – “A Fazenda”, que conseguiu abalar a audiência do programa Fantástico, se aproximado em pico de 20 pontos, segundo o IBOPE medido na região metropolitana do Rio de Janeiro e São Paulo⁶⁹ - usando a mesma estratégia de comunhão entre TV e Internet. De uma maneira geral, todas as emissoras passam a caminhar no sentido de uma convergência dos dispositivos Internet, telefone e SMS, para estimular um canal de contato com o telespectador, como é o caso da MTV Brasil nos programas “*Ya Dog*”, “*Vidalog*” e “MTV de bolso”, onde os telespectadores depositam vídeos de baixa definição pela Internet (como acontece no *You Tube*), e os selecionados são veiculados, mas todos ficam armazenados para *download* (baixar o conteúdo no computador) através do portal da emissora. A TV Cultura de São Paulo, em 2009, depois da renovação do seu portal, introduziu a figura dos blogueiros e *twiteiros* – usuários que, pelo portal *twitter*, ficam atualizando, *on line*, aos seus seguidores, o que acontece nos bastidores do programa “Roda Viva” com publicações de textos curtos.

A experiência migrou para programas infantis⁷⁰, que experimentaram quadros “VC na TV” para as contribuições de crianças telespectadoras via *Web*. A emissora planeja transformar a experiência em programa diário, para animar a grade infanto-juvenil das tardes e conseguir maior retenção de audiência. Ainda em 2009, a TV Cultura reuniu, durante gravação do programa “Roda Viva” – que é transmitido ao vivo pela Internet por meio do sistema IPTV; os internautas assistem antes dos telespectadores – além dos *twiteiros*, uma equipe de conteúdo de *Web* da emissora que participou ativamente da entrevista, apresentando as perguntas formuladas por internautas. É um movimento de intersecção entre TV e Internet, que parece irreversível, mesmo quando a TV Aberta puder usufruir dos mesmos dispositivos de interatividade que estão em marcha de implantação por meio do *middleware* Ginga. Pesquisas indicam que cresce o número de brasileiros que assistem TV pela *Web*, ao ponto de

⁶⁹ No texto “Reality show aproxima Globo e Record no Ibope” do site ADNEWS – www.adnews.com.br acesso em 10/08/09 – o programa da Record chegou ao pico de 22 pontos em setembro de 2009 na aferição do IBOPE na Grande São Paulo.

⁷⁰ A BBC vem usando esse recurso de interação com crianças, usando vários dispositivos de comunicação, em programas infantis desde os anos 1990. O BBC’ Childrens, núcleo infantil do grupo, em 1997 já trabalhava em suportes para programas ao vivo, ou para games, por meio de sites que ofereciam espaços para recados do telespectador. Atualmente este núcleo também trabalha para outras áreas, como de notícias e entretenimento. Outra experiência do gênero foi empreendida pela Sesame Workshop ainda em 1979. Hoje acessíveis em www.sesameworkshop.org/initiative/emotion.

motivarem a categorização de uma nova classe de audiência chamada de "Internautas-espectadores".⁷¹

Essa dinâmica acabou adotada pelo programa "Fantástico", da TV Globo, inicialmente como experiência em 2007, mais tarde (2008) como estratégia de retenção de audiência. O programa da Rede Globo, como veremos mais adiante, passou a usar intensamente o quadro "VC no Fantástico", inclusive com inserções de conteúdo postadas durante a exibição da edição dominical, no qual os internautas-telespectadores comentavam reportagens apresentadas no bloco anterior. Essa estratégia gerou um quadro específico em 2008, que virou um *Hit* nacional: o "Bola Cheia" e "Bola Murcha", que apresenta, a cada semana, contribuições dos telespectadores, mostrando jogadas de habilidade ou lances infelizes de pessoas comuns nos jogos de futebol de fim de semana, conhecidos como peladas – caso que o presente trabalho se propõe analisar detalhadamente.

Em 2008, a emissora líder no Brasil renovou seu portal, desenvolvendo subportais para todos os programas da grade, gerando condições técnicas para suportar tanto os acessos como as postagens de texto e vídeo dos internautas-espectadores. Atualmente, todos os programas da Rede Globo, especialmente os jornalísticos, recebem diariamente diversas contribuições com flagrantes diversos de infrações de trânsito, assaltos, negligências de serviços públicos, etc. Os programas "Radar", informativo matinal sobre as condições do trânsito no Rio de Janeiro e em São Paulo, e o telejornal "Hoje" têm procurado aproveitar o

⁷¹ A migração dos conteúdos, originalmente só distribuídos pela TV, para Web, celular e TV móvel, já é uma regra naturalizada pelas emissoras, especialmente em São Paulo. Conforme artigo publicado pela agência Estado, em 27 de abril de 2009 (www.estadao.com.br/agestado , acesso em 27/04/2009) , as Redes Globo, Record e Bandeirantes intensificaram, no ano, os investimentos em portais para distribuição de conteúdo das emissoras e promoveram acordos com a empresas de telefonia móvel para a oferta de conteúdo. O portal de notícias de mídia ADNEWS (www.adnews.com.br acesso em 30/04/2009), em artigo publicado em 30 de abril, profetizou o fim da TV Fixa. No texto, nomeiam uma nova classe de consumo midiático, os "Internautas-espectadores", que consomem, por meio da *WEB*, o conteúdo de TV. Informa o artigo que uma pesquisa divulgada pelo Ibope Nielsen *On line*, de março de 2009, aponta que os portais brasileiros que transmitem vídeos atraíram 9,8 milhões de internautas que acessam a rede de suas casas. Seria o equivalente a 39,5% dos usuários domésticos da *Web* no país. Isso significa um aumento de 17% em relação a fevereiro. O mesmo texto ainda cita uma pesquisa realizada pela Deloitte, segundo a qual os brasileiros já gastam 3 vezes mais tempo na *Web* do que em frente à TV.

material que chega à redação pelos portais, entretanto o uso, na comparação com a experiência do “Fantástico”, ainda é tímido.

Importante destacar que os técnicos da própria emissora, responsáveis pelo desenvolvimento de programas interativos, entendem que a interatividade deve ser dividida em dois tipos. Alex Medeiros, um dos gerentes dessa área, durante o Seminário de programação da ABTU (2006, Gramado), definiu esses dois tipos como a interatividade com o aparelho onde o telespectador pode navegar, obter informações adicionais (os guias de programação, as transmissões do campeonato brasileiro pela Sport TV) e visualizar, ao mesmo tempo, diversos eventos (caso de Roland Garros, onde a TV Pública francesa ofereceu, em 2007, a possibilidade de escolha entre as quatro partidas transmitidas simultaneamente). O segundo tipo seria o do conteúdo da programação por meio da participação (o caso dos exemplos “Você Decide”, “BBB”, “Dança no Gelo”) ou de acesso ao conteúdo relativo ao que está na TV (compras de programas, ou mesmo, produtos mostrados na TV, jogos, apostas, serviços como a meteorologia, etc.). Ou seja, aqui as possibilidades interativas de interação do telespectador com o conteúdo poderiam ser entendidas como participação interna ao programa (texto) e ações paralelas ao programa, segundo a vontade do telespectador (contexto externo).

3.7 NOSSA PROPOSTA

As dicotomias das abordagens dos termos, como já vimos, levam-nos à proposição de referências para operação na mídiassfera. Acredita-se que a interação entre produção e recepção de conteúdos, graças aos novos dispositivos tecnológicos, ofereça níveis de interatividade entre os usuários e a mídia que permitam novos espaços de construção de sentido.

Assim, como já foi dito, esta pesquisa propõe-se, com base em metodologia de inspiração pragmática e semiodiscursiva, dar conta da análise da configuração autoral, de participação, de contribuição do telespectador à luz das interações hoje praticadas na construção dos conteúdos via sistemas interativos usuais, atualmente nos programas de notícias e informação. São experiências que se mostram mais efetivas nos quadros do programa “Fantástico” da Rede Globo os quais se configuram no nosso principal *corpus* de estudo, sobretudo por meio do exame das pistas presentes no próprio texto.

Nossa proposta também é identificar as estratégias da emissora analisada na relação com o telespectador. A partir daí perceber as ofertas de interatividade e os processos de interação produzidos no relacionamento entre as instâncias de produção e recepção, como também apurar o fluxo que este conteúdo ganha dentro da redação, os filtros pelos quais passa (pauta, captação, edição), até a formatação final, enquanto texto que é veiculado. Teríamos como procura os espaços, lugares autorais do telespectador, presentes no discurso exposto no produto que vai ao ar, identificando os dispositivos tecnológicos que são usados com horizonte na transição para a interatividade buscada pela TV Digital.

A trajetória das investigações em televisão não pode ser entendida se não se considerarem as imensas e velozes transformações econômicas, tecnológicas e sociais inter-relacionadas ao desenvolvimento e à crescente sofisticação dos produtos televisuais. O mercado televisivo é um mercado de discursos e linguagens sob os quais a midiatização – nessa convergência digital entre televisão (canais abertos e por assinatura), Internet e telefone – vêm operando uma reconfiguração significativa, tanto do ponto de vista das práticas discursivas, como das sociais. O cenário da TV Digital Brasileira do ponto de vista de Economia Política mostra-se pertinentemente mapeado (ver Bolaño e Brittos, 2007), no que se refere às dinâmicas do conteúdo é que ainda precisamos avançar muito.

4 REFLEXÃO SOBRE OS GÊNEROS, COM ÊNFASE NOS PROGRAMAS DE INFORMAÇÃO - O CONCEITO DE JORNALISMO E ENTRETENIMENTO

4.1 OS GÊNEROS E A REALIDADE

Não há como olhar o universo que se constituiu no espaço da mídiassfera sem perceber uma mudança que se opera na produção de conteúdos e na atuação dos sujeitos comunicacionais nessa ambiência. Para perceber tais implicações, faz-se necessário entender os gêneros que articulam as construções narrativas que se produzem nesta ambiência midiática. O “Fantástico”, como já mencionado, se autodefine como uma Revista Eletrônica, programa que se compromete a “misturar jornalismo e entretenimento”⁷² de maneira dinâmica e acessível”⁷³. Esta amplitude de referentes de realidade (mundo da verdade e mundo da diversão), por si só, torna complexo qualquer enquadramento do programa da Rede Globo nas categorias de gêneros televisivos mais conhecidas (programas de informação, ficção e de entretenimento). Se pensarmos que, no caso do “Fantástico”, ele apresenta produtos de jornalismo, seriados de costumes e humor, videoclipes, jogos, como vamos classificá-lo?

O fato de estar enquadrado pela própria emissora entre os programas jornalísticos já nos coloca numa encruzilhada. Um programa jornalístico que mistura informação e entretenimento sugere que abriga do *hardnews* ao *softnews*. A forma de apresentação da notícia desloca-se entre o relato objetivo de eventos do cotidiano que ocupam a agenda da mídia (e agenda social) e as narrativas que recorrem à criação imaginativa (MOTTA, 2006), às permissividades literárias, à metáfora, à ficcionalidade - do texto seco e impessoal do relato para o texto narrativo que incorpora personagens,

⁷² A oferta de produtos culturais destinados ao entretenimento ganhou força na sociedade liberal americana durante a primeira metade do século XX. Especialmente na década de 30, Neil Gabler (Vida, o filme, Companhia das Letras, São Paulo, 1999) registra a configuração de uma consciência devota ao prazer, à felicidade, ao esporte, à alegria. Nesse período, a imprensa americana migra para a notícia como entretenimento, uma demanda da nova face que assume o mercado de consumo da informação. Surge o *Softnews* com notícias brandas (MOTTA, 2006) em contraposição ao *Hardnews* das notícias mais duras.

⁷³ Não podemos esquecer que o Fantástico tem como *slogan* “O Show da vida”.

tramas e dramas. Como lembra Luiz Gonzaga Motta (2006), o *hardnews* caracteriza-se como uma obra de significação mais aberta, privilegiando o discurso descritivo “temporalmente estático”, que procuraria produzir um efeito de realidade por meio do volume de informações que gerariam a verossimilhança. Ao seu turno, o *softnews* (mais fechado enquanto obra), embora também descritivo, tende a operar uma dinâmica narrativa que diluiu os efeitos de real e se estrutura a partir de um enredo. Essa forma de contar, de processar a notícia (também chamada de *features*, pelos americanos, ou *fait divers*, pelos franceses) se ocuparia de notícias leves sobre temas humanos, tragédias pessoais ou coletivas, animais, lugares, celebridades e comportamento.

É verdade, como Lembra Motta, que as notícias, de maneira geral, lidam com o conflito e fazem isso de forma dramática, valorizando rupturas e o lado negativo. E por mais histórico que o jornalismo pretenda ser, a “notícia é sempre suscetível a interpretações sutis” (MOTTA, 2006, p. 49). O fato é que esse movimento entre o *Hard* e o *Soft*, entre o relato e a narrativa, entre a referência de realidade e a realidade construída, vão fazendo surgir outras formas de contar histórias que transcendem essas duas esferas. O hibridismo, do qual se constitui um programa como o “Fantástico”, mostra-se uma barreira aparentemente intransponível para encontrar uma taxonomia pertinente. Nem mesmo o âmbito classificatório das notícias chamadas fantásticas, que incluem tudo que foge do comum, do cotidiano, seja o curioso, seja o bizarro, seja o grotesco, é suficiente para dar conta da gama de combinações de conteúdos produzidos e veiculados pelo programa da Rede Globo. Como veremos ao longo deste capítulo e dos seguintes, nem mesmo a ideia de “revista eletrônica” anunciada pela emissora mostra-se suficiente para designar a amplitude temática e as diversidades de textos distribuídos ao longo dos blocos exibidos durante mais de duas horas nos domingos à noite. Essa perspectiva nos desafia a compreender o movimento fronteiro dos gêneros na TV.

Com efeito, diversos autores (Blanchot, Barthes e Derrida, para citar alguns) vêm sinalizando o quanto as fronteiras entre os gêneros tradicionais (no caso, literários) se diluem e misturam. Arlindo Machado, um dos principais pesquisadores brasileiros a enfrentar tal questão do gênero televisual, considera que, de maneira geral, os gêneros são categorias mutáveis e heterogêneas, “não apenas no sentido de que são diferentes entre si, mas também no sentido de que cada enunciado pode estar replicando muitos gêneros ao mesmo tempo” (MACHADO, 1997, p. 71). O conceito de gênero (que apresenta classificações peculiares a cada mídia de expressão – cinema, rádio, TV), por

certo, dificulta ainda mais qualquer classificação quando aplicado especificamente à televisão, uma vez que parte da premissa da estabilidade, da regularidade. No entendimento de Bakhtin (cuja aplicação sempre se referenciou na literatura), o gênero seria “uma força aglutinadora e estabilizadora” operando dentro de determinada linguagem. Para o autor Russo, seria um modo de organizar as ideias, meios e recursos expressivos, suficientemente estratificados numa cultura, de modo a garantir a comunicabilidade dos produtos e a continuidade dessa forma junto às comunidades futuras (BAKHTIN, 1967).

Para Bakhtin, os usos da linguagem (no âmbito de determinado meio) estariam orientados pelo gênero, uma perspectiva que leva a compreender que é por meio do gênero que as tendências expressivas mais estáveis e organizadas (da evolução de um meio, acumuladas por gerações de enunciadores) se manifestam (MACHADO, 2001). Se pensarmos na dinâmica da cultura, como sugere Bakhtin, estas tendências estariam em contínua transformação e, ao mesmo tempo, procurariam sua estabilização. Já Martin-Barbero (1997) vai afirmar que o gênero seria “a unidade mínima do conteúdo da comunicação de massa” (MARTIN-BARBERO, 1997, p. 298). E isso não se aplicaria apenas à ficção, uma vez que a demanda por produtos tanto do mercado como do meio e do público se faz no nível do gênero.

Para os investigadores, é através da percepção do gênero que se alcança o sentido latente dos textos dos mass média. A dinâmica cultural da televisão atua pelos seus gêneros, que ativam a competência cultural e, a seu modo, dão conta das diferenças sociais que atravessam. Os gêneros, que articulam narrativamente as serialidades, constituem uma mediação fundamental entre as lógicas do sistema produtivo e as do sistema de consumo, entre a do formato e as formas de ler, de uso (MARTIN-BARBERO, 1997, p. 298-299)

A palavra gênero deriva do latim *genus/generis*, que significa família, espécie. Embora a origem etnológica da palavra nos remeta a um sentido classificatório, taxológico, tanto a força aglutinadora de Bakhtin quanto o âmbito cultural proposto por Martin-Barbero nos indicam um referencial de comunicação entre as instâncias produtoras, distribuidoras e de consumo. Jost vai nos dizer que o gênero opera como uma interface que, por sua vez, seria responsável “pela ligação entre emissor e receptor” (2004), ou seja, entre a televisão e o telespectador. Duarte acrescenta que “um gênero seria, antes de tudo, uma estratégia de comunicabilidade” (DUARTE, 2004, p. 86).

Assim o gênero assume uma categoria sígnica essencial para a comunicação midiática. Suas indicialidades e referencialidades são pistas indissociáveis da produção e compreensão textual. Nesse sentido, Jost diz que o gênero “é uma moeda de troca que regula a circulação dos textos ou dos programas audiovisuais no mundo midiático” (DUARTE, 2004, p. 27).

É uma perspectiva que leva Machado (2001) à consideração de que os gêneros discursivos de Bakhtin, embora pensados para a literatura, poderiam ser estendidos para toda produção semiótica do homem. “Na cultura, o que se imita ou assimila não são os enunciados diretamente, mas estruturas abstratas, arranjos sintáticos, modos de selecionar e combinar” (MACHADO, 2001, p. 69).

Percebe-se, assim, que seria impossível compreender a dinâmica do signo gênero sem o apoio da linguística e, sobretudo, da semiótica. Esse viés analítico estimulou vários autores no percurso de uma compreensão, e até classificação dos gêneros televisuais. Vamos optar aqui pela reflexão proposta por Machado, Duarte e Jost, cada qual obedecendo a um referencial teórico distinto que inclui a teoria da enunciação (Machado), a semiótica discursiva (Duarte) e uma semiótica pragmática que expande o plano de análise para o extratexto (Jost). Os três autores vão se debater com três premissas indiciais elementares que são o regime de crença, o tempo e espaço narrativo para um, discursivo e enunciativo para outro.

4.2 O GÊNERO NA ENUNCIÇÃO

Começamos pelo aporte de Machado que se referencia no legado da linguística e da semiótica, aplicadas no sentido de enunciação, a voz que deixa marcas ou inscrições no texto. E serão as regularidades e presenças dessas marcas enunciativas que vão referenciar as aglutinações de gênero propostas pelo autor. No caso específico da televisão, explica, “cada evento em particular, cada programa, cada bloco de um capítulo de programa, cada entrada de reportagem ao vivo, cada vinheta, cada spot publicitário, constituem aquilo que os semioticistas chamam de enunciado” (MACHADO, 2001, p. 70). O autor parte da premissa de que, na TV, há inegavelmente esferas de intenção que estariam de alguma maneira definidas e, no interior delas, “os

enunciados podem ser codificados e decodificados de forma relativamente estável por uma comunidade de produtores e espectadores até certo ponto definida” (id., ib.).

Essa dinâmica operaria campos de acontecimentos audiovisuais que, por sua vez, são herdados da tradição, não apenas televisual, mas que derivam também da literatura, cinema, teatro popular, jornalismo, etc. Diz Machado que esses “*replicados*” não são assimilados exatamente como se apresentam; passam sempre por um processo inevitável de “metamorfose que os faz evoluir na direção de novas e distintas possibilidades” (MACHADO, 2001, p. 70). As esferas de acontecimentos ou “modos” (diríamos formas) como são trabalhados esses materiais na TV, como sugere Bakhtin, poderiam ser chamadas de gênero. Cada enunciado, em Machado, configura uma singularidade que, embora se apresente de forma única, foi produzido com intencionalidades regidas por certa economia, tendo em vista envolver um determinado campo de acontecimentos e atingir um segmento de telespectadores. Dessa maneira, não haveria como tratar de todos os gêneros televisivos, razão pela qual elege “as formas fundadas no diálogo, as narrativas seriadas, o telejornal, as transmissões ao vivo, a poesia televisual, o videoclipe e outras formas musicais”.

A poesia televisual, o videoclipe e outras formas musicais – Nesses gêneros, a marca enunciativa apontada por Machado vai estar referenciada na experimentação do vídeo arte, primeiramente amparado pela música em si, depois pela montagem de desconstrução presente no videoclipe e pela inscrição do grafismo, que vai aparecer nas vinhetas de abertura e passagens de bloco, costurando a programação como um todo. Todavia, para o presente trabalho, vão nos interessar mais propriamente as formulações que o autor faz a seguir:

Formas fundadas no diálogo – inspirado na própria história da TV, herdeira direta do rádio, cuja origem primária se funda no discurso oral, para a qual a palavra foi matéria prima principal, Machado lembra que ainda parte expressiva de programação depende de “uma maior ou menor eloquência no manejo da palavra oralizada, seja da parte de um apresentador, de um debatedor, de um entrevistado, ou de qualquer outro” (MACHADO, 2001, p. 71). Nesse gênero, estariam os subgêneros da entrevista, debate, mesa redonda, *talk show*, *reality show*, programas de auditório.⁷⁴

⁷⁴ Machado recorda que Bakhtin localiza o diálogo como gênero na Grécia antiga, a partir do método socrático baseado na concepção “da natureza dialógica da verdade e do pensamento humano sobre ela. O método dialógico de busca da verdade se opõe ao monologismo oficial que se pretende dono de uma verdade acabada, opondo-se igualmente à ingênua pretensão daqueles que pensam saber alguma coisa. A verdade não nasce, nem se

A narrativa seriada - Machado chama de “serialidade essa apresentação descontínua e fragmentada do sintagma⁷⁵ televisual”. Destaca que, no caso das formas narrativas, o enredo é estruturado em capítulos ou episódios, apresentados em dias e horários diferentes e subdivididos em blocos menores, separados por *breaks* (intervalos comerciais ou de chamadas). Os blocos, em razão das condições de exibição (o intervalo comercial é uma forma de remuneração do negócio televisão) e recepção (a TV disputa a atenção do espectador dispersa por múltiplas ações domésticas, inclusive a tentação do *zapping*), costumam apresentar uma contextualização no início como memória ou informação para quem ainda não viu o tema ou o episódio anterior. E pelos mesmos motivos, no fim do episódio e mesmo nas passagens de bloco, as narrativas seriadas apresentam um gancho (de tensão) para reter o interesse do espectador. Para Machado, existem três tipos de narrativas seriadas, como seguem:

- 1) A narrativa única (ou várias - entrelaçadas e paralelas) que se sucede de maneira linear ao longo de todos os capítulos: teledramas, telenovelas e algumas séries ou minisséries. Nesse subgênero, qualificado por ele como Teleológico, há um ou mais conflitos básicos que apresentam logo um desequilíbrio estrutural, e toda a evolução que se segue busca restabelecer o equilíbrio, geralmente nos capítulos finais. Esses são hoje os subgêneros mais comuns na produção serializada da TV Brasileira. As três principais redes (Globo, Record e SBT) produzem, com regularidade, telenovelas e minisséries.
- 2) A cada emissão, a história é completa e autônoma (com começo, meio e fim). O que se repete no episódio seguinte são os mesmos personagens principais e uma mesma situação narrativa. É o caso dos seriados. Nesse formato, o episódio não recorda os anteriores nem interfere nos próximos.

encontra na cabeça de um único homem; ela nasce entre os homens que, juntos, a procuram no processo de sua comunicação dialógica” (BAKHTIN, *apud* MACHADO, ano, p. 94). Resgata igualmente, em contribuição, sua perspectiva da oralidade, a tradição socrática que referencia os programas de TV. Machado lembra que Sócrates usava a síncri e a anácri. síncri seria a confrontação de um ou mais pontos de vista sobre um mesmo assunto. Anácri, por sua vez, era o nome que se dava aos métodos de provocar a palavra do interlocutor, forçando-o a colocar-se e externar claramente sua opinião, embora os atuais programas tenham perdido grande parte das premissas da síncri e da anácri.

⁷⁵ Machado entende sintagma a partir da ideia de fusão de elementos mínimos numa unidade, seja a reunião de dois ou mais elementos.

Episódios seriados: é o caso dos seriados estrangeiros, especialmente americanos. Nas produções brasileiras, poderíamos citar “Os Normais”, “A Grande Família” (sitcom), ambos na TV Globo, e ainda poderíamos lembrar o Cocoricó, produção da grade de programação infantil da TV Cultura (principal emissora pública do Brasil). Outro exemplo da Cultura é Nem tudo que é sólido se desmancha no ar, série infanto-juvenil que explora obras literárias a partir do núcleo dramático de um grupo de estudantes de uma mesma sala de aula.

- 3) Nesse tipo de serialização, a única coisa preservada nos vários episódios (que são unitários) é o espírito geral das histórias ou a temática. Em cada episódio, as histórias e personagens, atores, roteiristas, diretores, cenários são diferentes. É o caso das séries em que o título genérico é comum. Um bom exemplo é “Comédia da Vida Privada” (TV Globo), ou então a série “Direções” (produção da TV Cultura financiada pelo SESC), na qual alguns diretores independentes são chamados para produzir episódios de uma história inovadora – a experimentação é o elo aglutinador.⁷⁶

O telejornal – Entende Machado que, se compreendermos o jornalismo “dentro ou fora da televisão, como uma instituição de mediação simbólica entre determinados eventos e um público de leitores ou espectadores para quem esses eventos podem ser considerados relevantes” (MACHADO, 2001, p. 101), torna-se inevitável considerar que esse gênero seria permanentemente afetado por questões de ordem macroestrutural, sejam problemas ético-profissionais (a seleção e interpretação das notícias), ou aqueles da ordem das funções ou papéis sociais (das empresas e profissionais) na gestão dos conflitos de interesse (e as implicações naquilo que deve ser reportado ou veiculado). O telejornal alerta Machado: “não pode ser encarado como um simples dispositivo de reflexão dos eventos, de natureza espetacular ou como mero recurso de aproximação daquilo que acontece alhures, mas antes como um efeito de mediação” (id., p. 102).

⁷⁶ Arlindo Machado destaca que não podemos esquecer que a ideia de produção em série, industrial, em escala, justifica-se pela necessidade de alimentar uma programação ininterrupta. É este gênero, mais particularmente, que confere à produção televisiva um caráter de indústria audiovisual. Hoje, com o advento das novas tecnologias e as várias plataformas de distribuição de conteúdo, diríamos, configura-se uma cadeia produtiva que mobiliza vários segmentos do setor audiovisual.

Essa mediação passa por porta-vozes, testemunhas oculares e toda uma multidão de falantes, sem falar nos sons diretos, ruídos, trilhas e, mesmo, a enunciação das imagens. A polifonia (transposta por Machado para o telejornal da aplicação de Bakhtin à literatura) configura-se na principal característica do gênero. “O fluxo telejornalístico inteiro não passa de outra coisa que uma sucessão de versões do mesmo acontecimento. **A questão da verdade está afastada do sistema significativo** (grifo nosso); trabalha-se com a enunciação de cada porta-voz sobre os eventos”. (MACHADO, 2001, p. 111).

Na indicação de Machado, a referencialidade deste gênero encontraria abrigo na autenticidade do testemunho, não na verdade propriamente, mas na prova que se pode apresentar.

Transmissão ao vivo – Nesse gênero, o traço distintivo mais significativo seriam as limitações de controle sobre o material significativo que só poderia ser exercido no ato da própria emissão. Dessa maneira, jamais seria possível um controle integral. A imponderabilidade dos eventos, captados e exibidos no próprio ato, não pode ser de todo controlada. Assim, não haveria como impedir, no resultado final, a manifestação de sobras ou “rebarbas subjacentes, a mensagem, com suas insinuações, equívocos e desarranjos que evidenciam a manipulação” (MACHADO, 2001, p. 131). Por esse motivo, Machado acredita que as transmissões diretas podem resultar em experiências humanas e estéticas intensas.⁷⁷ A par do indicador enunciativo presente na lógica do autor e que nos será de valia mais adiante, convém destacar o regime de crença da verdade e do testemunho autenticado pela câmera ao vivo.

4.3 CONEXÕES ENTRE MUNDOS E REALIDADES

⁷⁷ Machado resgata a perspectiva já indicada por Umberto Eco em *Obra Aberta*, no qual o pensador italiano observa que este fenômeno se insere dentro de uma linha de experiência de arte contemporânea que incorpora o aleatório e o imprevisível na própria construção da obra, tanto na dissolução do enredo no novo romance quanto o trabalho do acaso e do imprevisto. “A operação artística do diretor tem um limite desconcertante, mas ao mesmo tempo a sua atitude produtiva, se eficaz, tem sem dúvidas uma qualidade nova, e podemos defini-la como uma peculiaríssima congenialidade com os eventos, uma forma de hipersensibilidade, de intuitividade (mais vulgarmente, de faro) que lhe permitia crescer como o evento, acontecer com o acontecimento” (UMBERTO ECO. *A Obra Aberta*, São Paulo: Perspectiva, 1971, p. 189-190).

Elisabeth Duarte, pesquisadora (que funda suas reflexões na semiótica discursiva de inspiração greimasiana), desloca a perspectiva do gênero para o discurso, entendendo que este se constitui no texto. “Todas as emissões televisivas são produções discursivas que se materializam em texto. Não são jamais o real” (DUARTE, 2004, p. 66). Pontua, em resposta, a questão que ela própria se faz quanto à inexistência de um programa que não contemple informação e não tenha como meta o entretenimento. Nessa linha, nenhum texto poderia ser considerado mais verdadeiro que outro, mas muitos produzem efeitos de realidade (discursivas) com as quais operariam.

Desse ponto de partida, formula uma distinção entre gênero, subgênero e formato. Como gênero, compreende uma “macro-articulação de categorias semânticas capazes de abrigar um conjunto amplo de produtos televisivos que partilham umas poucas categorias comuns”. Uma perspectiva que aponta a noção de gênero televisivo como uma abstração “seria da ordem da virtualidade, uma vez que nenhum produto se manifesta circunscrito apenas a essas categorias genéricas em sua extensão e exclusividade” (DUARTE, 2004, p. 67).

Inspirada em Hjelmslev (1972), propõe que o gênero funcionaria como substância de uma forma que sobre ele se projeta, decorrente da articulação entre subgênero e formato. Assim, o gênero televisivo funcionaria como um feixe de traços de conteúdo da comunicação da TV, sendo que este só se atualizaria e realizaria quando sobre ele se projeta uma “forma de conteúdo e de expressão” representada pela articulação entre subgêneros e formato. Os subgêneros (a pluralidade, a atualização) e formatos (a diferença, as especificidades, a ação) seriam “procedimentos de construção discursiva que obedecem a uma série de regras de seleção e combinação” (DUARTE, 2004, p. 68).

Para Duarte, a representação midiática do real não reside no seu caráter instrumental, extensivo dos sentidos e da experiência, tampouco da sua capacidade manipulatória e condicionante. “Cabe ao telespectador”, entende a autora, “o reconhecimento do tipo de realidade que lhe está sendo ofertada e do regime de crença que ela pressupõe, bem como a verificação da coerência entre essa proposta e o discurso disponibilizado” (DUARTE, 2004, p. 70). Uma coerência que somente poderia ser pensada em termos de “veridicção”, “verossimilhança” ou “plena viabilização”. O verdadeiro seria determinado majoritariamente pelo texto. Dessa maneira, Duarte nos conduz a uma primeira indicialidade, fundamental no seu postulado, o regime de crença, inicialmente ancorado nas referências de verdade e semelhança.

Todavia, alerta que existe uma ausência de limites precisos entre gêneros e subgêneros. Como os demais autores já citados, percebe uma hibridação e intertextualidade que vê, muitas vezes, vinculadas às estratégias de autorreferenciação e autopromoção das emissoras de TV. Aponta que a periodicidade, frequência e duração predefinidas e previstas na grade de programação são a saída inteligente para uma produção ininterrupta. O espaço reservado às inovações seria restrito. A indústria, da qual já nos falou Machado, exige sucesso e, para tal fim, lançaria mão da repetição e fidelização, estratégias recorrentes para a manutenção de índices de audiência já experimentados pelas emissoras. Haveria assim uma submissão à necessidade de resultado.

Duarte acredita que é a receita de sucesso que justificaria a permanência por longo tempo na grade de programação de formatos antigos. Além disso, sustenta que a TV, “antes de tudo, oferta entretenimento” (DUARTE, 2004, p. 75). Destacar-se-ia a necessidade do *Show* que, por sua vez, estaria presente em todas as variantes e matrizes estilísticas. Duarte também vai invocar a ideia de performance destacando o show de notícias, show de reportagens, show de gol, show de política, show de subjetividades (SARLO, 1997). Nessa linha, indica que mesmo as funções informativas, pedagógicas, político-ideológicas não são distintivas, já que tudo seria neutralizado pela espetacularização.

Machado, igualmente, encontra a configuração de gêneros e formatos ligada à própria história da TV e ao desenvolvimento dos meios técnicos. Primeiramente, uma produção essencialmente de estúdio, onde figuravam somente apresentadores de terno e fala rebuscada, recebendo notáveis para entrevistas e debates (a paleotelevisão de Umberto Eco, 1984, que dava conta da TV anterior aos anos 1980, ainda incluía telejornais e telenovelas/teatro ao vivo e, mais tarde, gravadas em *videotape*, mas ainda nos estúdios). Nessa TV, a câmera procurava esconder o mundo televisivo, em que pesem as sobras geradas pelos erros naturais de operações ao vivo, mas a regra era registrar apenas o espaço cênico. Depois, uma TV que se converte em espelho e busca incessantemente reproduzir o mundo natural, abre seus auditórios para o público comum; os apresentadores passam a ser animadores que falam diretamente com o telespectador e usam linguagem coloquial (a neotelevisão de Eco, que abriga os anos 1980 e 1990, começa a mostrar detalhes, bastidores do mundo da TV; as telenovelas, séries, passam a ser gravadas também em externas).

A TV converte o mundo em fatos imediatamente acessíveis ao cotidiano planetário, mas, ao fazer isso, ela não só pauta o que é realidade, como reduz o real ao discurso, construído na inter-relação de diferentes sistemas semióticos e midiáticos. (DUARTE, 2004, p. 79).

A neotelevisão, por seu turno, passa a trabalhar um real para quem e para além da TV. Essa perspectiva faz Duarte acreditar que a televisão, além do mundo natural, que serve de referência à construção do mundo factual (regime de crença na verdade) no mundo ficcional (regime de crença na semelhança), constrói hoje um mundo paralelo, no interior do próprio meio, que serve de referência a um novo tipo de realidade discursiva de caráter simulacional – aquela que funda, por exemplo, vários tipos de *reality-shows*. Considerando que a grade de programação das emissoras classifica a maior parte dos programas como informativos, documentários, reportagens, telejornais, entrevistas, *talk shows*, programas de auditório, *reality shows*, o principal traço é a valorização do conteúdo factual ou de verdade. Assim, a autenticidade viria ganhando mais espaço na constituição da programação televisiva, cuja fonte seria o mundo natural. A informação seria compreendida como um fazer saber.

“A informação, tenha ela o caráter que tiver (conhecimento, atualidade, novidade), é matéria de atos comunicativos”, defende Duarte, para logo apontar que “a televisão, além de construir narrativas nas quais se posiciona sobre as coisas do mundo, dá forma a essas informações enquadrando os acontecimentos numa organização que resulta na construção da notícia” (DUARTE, 2004, p. 81). O deslocamento aqui procura dar conta da força que a informação ganhou no espaço da grade televisiva e sugere que, apesar do regime de crença e da fonte no mundo exterior, a TV *em(forma)* a realidade que reproduz. A preocupação de Duarte, nesse ponto, já induz à reflexão quanto à dinâmica da atuação que, não somente da instituição, mas de seus sistemas de produção, contamina e se deixa contaminar pela esfera pública na constituição da ambiência midiática.

Na visão da pesquisadora, é esse movimento que vai operar a partir das lógicas presentes no mundo exterior (ações do mundo) e nas lógicas constitutivas do mundo interior (produção), que, interligados pelos dispositivos tecnológicos, passam a gerar uma intersecção de mundos. Esses tanto operam separadamente quanto interseccionados no espaço midiático. Duarte conclui que, hoje, a TV gera acontecimentos no mundo interior com reflexos no mundo exterior. Para compreender e, mesmo, encontrar uma mínima estabilidade nos gêneros televisuais, seria necessário perceber os textos a partir

das suas representações da realidade em relação a esses mundos exterior e interior. “Os percursos de acesso ao real, adotados pela televisão, são determinantes na constituição dos gêneros televisivos” (DUARTE, 2004, p. 81).

Com base nessas premissas, Duarte classifica os gêneros televisuais em: **factual**, **ficcional** e **simulacional**, e, conforme o tipo de realidade discursiva que constroem, em: **metarrealidade**, **suprarrealidade**, **pararrealidade**, atribuindo ao **subgênero** as propriedades que, para Machado, define como gênero. Na mesma linha Duarte designa como **formato** aquelas que para ele correspondem ao subgênero. Assim, o gênero **factual** funda-se num tipo de realidade discursiva – a metarrealidade – veiculada pela TV, que toma como referência direta o mundo exterior e natural, sendo atualizada por subgêneros informativos, quais sejam: telejornais, documentários, reportagens, entrevistas, revistas, etc. Todos textos que têm por base acontecimentos exteriores ao meio e sobre os quais a TV não detêm controle. Aqui a realidade da TV ficaria comprometida com a veridicção – com a verdade e fidelidade aos acontecimentos noticiados, com os atores sociais envolvidos. Como num contrato, coloca-se na busca por fontes confiáveis, convoca testemunhos, assegura a credibilidade. O regime de crença implicado na relação entre produtores e telespectadores é o da verdade. Nesse gênero, a valorização da gravação ao vivo, da transmissão direta, são imprescindíveis para conferir efeitos de autenticidade e verdade.

O gênero **ficcional** sustenta-se na suprarrealidade, que daria conta dos textos televisuais, cuja realidade veiculada não tem compromisso direto com o mundo exterior, mas com a coerência interna do discurso que produz. Seriam os produtos ficcionais (subgênero que inclui a novela, a minissérie, o seriado, o telefilme, a *sitcom*), que têm por base a verossimilhança, portanto obedecem às leis, convenções e regras da ficção. Os textos operam uma suspensão do regime de crença, das exigências de confronto com o mundo exterior. Seu princípio seria de construção de uma realidade que não se submete ao confronto com o real, mundo natural, mas obriga-se a uma coerência interna.

O gênero **simulacional** constitui-se a partir de um novo tipo de realidade vinculada à televisão, que não toma como referência o mundo exterior, mas um mundo paralelo, cujos acontecimentos são artificialmente construídos no interior do próprio meio. Seria o caso de alguns tipos de *reality shows*, *talk shows* que têm como base acontecimentos criados e provocados pela TV. Seu propósito, nos dizeres de Duarte, seria de visibilização plena. Tratar-se-ia de um real artificial proposto pela TV,

configurado como um jogo, “outro mundo cheio de regras e mágicas para as quais transporta atores sociais, apresentadores e telespectadores para, a seguir, transformá-los em atores discursivos de programas que giram em torno deste real artificial” (DUARTE, 2004, p. 83).

O regime de crença seria também o da verdade, de equivalência entre esse real paralelo e a plena visibilização. Passaria do reflexo (metarrealidade) à semelhança (suprarrealidade), à simulação, de sorte que podemos compreender que essa realidade, feita de simulação, constitui-se em um espaço público específico no qual os atores sociais submetem-se a regras de natureza midiática. A particularidade do mundo paralelo da TV, proposto assim, contribui para nossa compreensão, como veremos mais adiante, do papel da autorreferencialidade na migração dos gêneros.

4.4 O GÊNERO COMO PROMESSA

Diferentemente de Duarte, Jost ocupa-se além do texto para a formulação de seu conceito de gênero, cuja natureza opera como interface de ligação entre emissor (televisão) e receptor (telespectador). Considerando que os gêneros contêm uma promessa ontológica ou constitutiva (que diz respeito ao pertencimento) como o exemplo de que uma comédia deve fazer rir ou que, nos programas de emissões ao vivo, existe uma promessa de autenticidade maior do que em outros tipos de programas, Jost postula o conceito de promessa pragmática (que aqui apresenta uma aplicação objetiva do conceito de modelo comunicacional proposto pelo autor e que tratamos no primeiro capítulo) como constitutivo do gênero. A indicação de ‘vivo’ na tela, por exemplo, seria uma promessa ontológica por naturalmente passar a idéia de transmissão em tempo real. O locutor, dizendo que fala ao vivo, informando, logo a seguir, a hora e chamando um repórter com o qual conversa durante a transmissão, seria uma promessa pragmática. Isso faria com que as emissoras, para influenciar crença, antecipariam uma denominação ou classificação do gênero. Este funcionaria como referência exercendo uma ação sobre o telespectador. Essa referencialidade, por sua vez, estaria fundada na relação “com um mundo cujo grau de exigência condiciona a adesão ou participação do telespectador” (JOST, 2004, p. 27).

Nesse sentido, além do programa (do texto em si), os produtos televisuais são acompanhados hoje em dia por uma multiplicidade de divulgação. São ações anteriores às exibições, que se estendem ao longo das exibições, especialmente no caso das seriadas. Peritextos, paratextos e epitextos “são promessas sobre o benefício do prazer simbólico que o telespectador vai usufruir” (JOST, 2004, p. 27). Assim, segundo Jost, a promessa se funda em três proposições:

1 – o gênero é uma moeda de troca que regula a circulação dos textos ou dos programas audiovisuais no mundo midiático;

2 – o texto ou o programa é um objeto semiótico complexo (deixando de lado a questão se o programa pode verdadeiramente ser considerado um texto).

3 – Disso resulta que o gênero é uma construção por exemplificação de algumas amostras de propriedades que o texto possui entre outras. Uma novela pode ser percebida tanto como ficção, como também uma peça que trata dos documentos da tela, um documento sobre a realidade. No contexto televisual, a emissora é a instância, se assim se pode chamar, onomatúrgica, que decide ou propõe a generalidade do produto. Enquanto ato promissivo esse quase batismo (trata-se de batizar cada programa) tem o estatuto de um ato unilateral (JOST, 2004, p. 27-28).

Todavia, o que aparentemente se mostra unilateral, na verdade propõe um engajamento em relação à promessa, ou seja, é conferido ao receptor o direito correlativo de exigir que a promessa seja cumprida. Haveria, dessa maneira, uma assimetria, já que a promessa só se atualiza na confiança mútua. Implica reciprocidade. Jost esclarece que o ato promissivo do gênero é duplo, indicando uma ramificação em duas promessas:

- **a promessa constitutiva do gênero**, que forja o horizonte de expectativa do qual o gênero é portador: da mesma forma como o belo é uma promessa de felicidade, a comédia é uma promessa de riso. Essa promessa que engendra crenças é também feita de saberes mais ou menos partilhados (JOST, 2004, p. 29).

- **a promessa pragmática** – saber aquilo que ficção ou direto (ao vivo) quer dizer não coloca ninguém ao abrigo dos erros de interpretação, ou dos desvios em relação às marcas do emissor. Se certos textos ou programas são

imediatamente identificáveis – como romance, filme de ficção ou jogo – numerosos objetos midiáticos hoje operam com ambigüidade. Permitem influir na interpretação espectral pela categorização (JOST, 2004, p. 30).

Aqui, talvez, a contribuição mais rica do postulado de Jost. Para que se consuma a promessa pragmática do engajamento, entram em ação as motivações do telespectador. Na escolha do nome de um programa, por exemplo, o engajamento vai se dar a partir do interesse e das emoções daquele que vai procurar ver o produto anunciado. Ou ainda o engajamento vai averiguar os níveis de garantia que assegurem encontrar no programa os atributos exemplificados nas amostras, que são os anúncios, as chamadas, a autopromoção nas mídias. Embora trate particularmente das estratégias de comunicação e relacionamento das emissoras com os telespectadores, uma característica muito forte das emissoras na França é a valorização dos seus portais, *sites*, cadastros de telespectadores. Destaque-se a percepção da existência de um espaço de construção simbólica no qual emissor e receptor atuam. É nessa dinâmica que Jost encontra o terreno comum, do qual já falamos, e no qual emissoras, programadores, mediadores e telespectadores se comunicam. Trata-se de um espaço constituído pelos mundos da televisão, que confere sentido aos gêneros de televisão. É exatamente neste ponto que propomos uma pausa antes de evoluir na relação entre os mundos da TV apresentados por Jost e os gêneros, para conhecer um pouco mais a experiência francesa.

4.5 O TERRENO COMUM

Mesmo operando uma lógica predominante do marketing⁷⁸ com foco no cliente, é importante perceber alguns deslocamentos que este conceito tem adquirido nas empresas de comunicação com a evolução dos dispositivos tecnológicos, como Duarte já destacou e que a fez pensar na existência de um mundo próprio da TV. Vamos tomar

⁷⁸ Conforme princípios do *marketing*, todas as operações de uma organização produtiva devem estar focadas na satisfação do cliente. Philip Kotler, considerado uma referência no tema, defende, por exemplo, que marketing trata-se de um processo social de troca cujo fim é identificar, conquistar e satisfazer (com lucratividade) o cliente (KOTLER, Philip. *Administração de Marketing*. 5. ed. Ed. Atlas, 1998 - 1. ed. 1974).

como exemplo a preocupação francesa de evoluir o relacionamento com os receptores a ponto de criar um evento específico para os telespectadores cujo apelo era levá-los até o mundo da televisão.



48

Foto 42 – Registro disponível no *site* do Le Monde digital, que mostra um *set* de entrevistas no *Salón de La Télé*.

Durante quatro dias, todas as emissoras francesas, lideradas pelo INA – Instituto Nacional do Audiovisual – organização que reúne as organizações públicas e privadas do país, ocuparam o principal centro de convenções em Paris, onde montaram cenários, oficinas, enfim aparatos do mundo televisivo para receber o telespectador.



49

Foto 43 – Mostra uma telespectadora que experimenta as trucagens da gravação do quadro de informações sobre a meteorologia, apresentado no interior dos telejornais ou separadamente como boletins ao longo da programação.

Ao longo do *Salon de La télé*, realizado de 14 a 17 de junho de 2007, em Paris, os telespectadores puderam participar de experiências com a apresentação da meteorologia, usar *teleprompter* (equipamento que permite a leitura de texto diante da

câmera), participar de programa de auditório, de seleção de *casting*, além de oficinas de animação, maquiagem, cenografia, luz, roteiro.



50

Foto 44 - Registro publicado no site do Le Monde www.lemondenumerique.com/?page_id=16 – Cenário usado para animação e fotos à disposição dos telespectadores para registrar lembranças de super-heróis da TV.

O tom e convite ao público para uma aproximação com a instância de produção estavam presentes em todos os títulos que ganharam as atrações do Salão; “Poser vos questions aux plus grandes stars télé” (fazer perguntas diretamente às grandes estrelas da TV); Présenter la météo (apresentar a meteorologia); “présenter Le journal télévisé” (apresentar o telejornal); “...devenir animateur télé” (ser apresentador de TV); “participer à des débats passionnés” (participar dos grandes debates sobre a televisão), etc. Todas as emissoras organizaram *sets* especiais de gravação e transmissões ao vivo para que os telespectadores pudessem acompanhar os bastidores da produção dos mais variados programas, informativos, de entretenimento (jogos e de auditório) e ficção.



51

Foto 45 – Registro publicado no site do Le Monde www.lemondenumerique.com/?page_id=16 – O *set* de programa jornalístico usado na cobertura das eleições presidenciais de 2006 foi montado no Salão. No *set* os telespectadores podiam simular participações de boletins com informações sobre o processo eleitoral.



52

Foto 46 – Registro de réplica de um cenário de programa de entrevista, onde foram executadas transmissões ao vivo.



53

Foto 47 – Registro da transmissão de um programa de auditório formado por telespectadores que visitaram o Salão.

Os telespectadores ainda puderam acompanhar demonstrações das tecnologias digitais e serem ouvidos em debates com programadores e realizadores sobre a qualidade dos produtos apresentados na TV francesa. Os encontros no *Face au public* permitiram algumas rodadas de diálogo, sobretudo com os canais públicos, momentos durante os quais questões importantes, como horários e temas, foram debatidos entre as instâncias de produção e recepção.



54

Foto 48 – Mostra a arena tecnológica que apresentava as inovações com a qualidade da TV de alta definição nas transmissões esportivas.



55

Foto 49 – Registra um dos encontros das equipes das emissoras (realizadores, apresentadores e executivos) com o público para discutir a programação.

Para dar continuidade ao esforço do Salão, as emissoras cadastraram todos os telespectadores que aceitaram fazer parte do clube de telespectadores. Estes passaram a ter acesso privilegiado nos *sites* e portais dos canais de TV, na participação nos programas de auditório gravados futuramente e no recebimento, por *e-mail*, de todas as novidades de produção. Esse tipo de linha direta das emissoras (só possível pelas facilidades tecnológicas) criou redes de relacionamento social que, entre outras ações promocionais, tornou-se, em certo sentido, um instrumento que ajuda nos propósitos de promessa dos realizadores e exibidores em busca da adesão dos telespectadores.

Percebe-se um efeito de sentido com vistas a produzir uma percepção da ideia de reciprocidade. Equivale a dizer que se trata de uma ação que traz para um espaço material, por um lado, a lógica de controle e regulação dos sistemas (fechados) de produção, articulando uma relação a partir da vivência presencial do chamado terreno comum de Jost, no qual produtores e telespectadores podem compartilhar os mesmos

valores simbólicos. Por seu turno, os sistemas abertos seguem operando o terreno comum no espaço abstrato da promessa e adesão com vistas à essa produção simbólica de reciprocidade. Assim, para compreender o mundo da TV, sua para-realidade e poder aderir a todas as migrações de gênero que ele propõe ou vier a propor, ajuda muito conhecê-lo de perto.

4.6 O GÊNERO E OS MUNDOS DA TV

Como os demais autores aqui trabalhados, Jost igualmente considera impróprio acreditar que, apesar das dinâmicas encontradas no processo da promessa, os gêneros televisuais sejam estáveis. Ao contrário, eles vão variar no “curso das migrações que conhecem os gêneros televisuais, da concepção dos programas até sua recepção” (JOST, 2004, p. 31). De acordo com Jost, a classificação dos gêneros sofreria variações em razão dos diversos materiais semióticos que mobiliza (língua, imagens, música, ECT) e também porque essa dinâmica acaba por gerar uma **esfera pública**, ou seja, constitui-se em terreno de confronto entre atores sociais com interesses diversos. Os produtores (realizadores) buscam uma identidade estética e de gênero (com fins de serializar e fazer circular seus produtos); os difusores, por seu lado, querem semantizar os produtos para torná-los desejáveis, vendáveis, sustentáveis, enquanto os mediadores (que aceitam ou não reutilizar as categorias frente ao público) defendem seu *status* de poder, e os telespectadores, por fim, certamente esperam uma categorização necessária à interpretação.

Nunca é demais lembrar a primeira edição de *reality show* como o Big Brothers Brasil, quando houve um estranhamento dos telespectadores sobre a categoria, a natureza do programa. Era realidade? Era ficção? Houve um período de adaptação da promessa inicial de um programa da vida em tempo real para a compreensão (adesão do telespectador) como um programa de jogo interativo que envolveu mais de 50 milhões de votos de telespectadores no processo de exclusão de candidato, como verificada na última edição (verão de 2009, 9.^a versão do programa). Jost destaca que um caso semelhante aconteceu na França, e o programa terminou por ser classificado como tele-realidade.

Agora, para que esse processo da adesão ou participação do receptor se consume, implicaria que “todo o gênero repousa na promessa de uma relação como o mundo cujo modo ou grau de existência condiciona” (JOST, 2004, p. 33) a adesão do telespectador. Equivale dizer que se faz necessária uma referencialidade. Um documento (audiovisual ou não), por exemplo, é produzido em função de um tipo de crença visada pelo destinador, todavia só poderia ser interpretado por quem possui uma idéia anterior de vínculo com a realidade. Em outras palavras, na TV, as imagens necessariamente precisariam remeter a objetos existentes ou ficcionais. Como lembra Jost, a informação é sempre submetida ao exercício de prova. Pensando-se no exemplo dos telejornais, documentários e transmissões ao vivo, promove-se a “impressão de testemunhas do mundo”. Evidencia-se, novamente, que a transmissão ao vivo confere autenticidade.

Nesse sentido, como as imagens, ou remetem ao mundo natural ou representam um mundo parecido com o nosso, o gênero tende a fixar o grau de existência do mundo que for apresentado pelos programas ao espectador (leitor). Tal perspectiva remeteria aos mundos referentes da TV, ao real e ao ficcional. Mas, como visto até aqui, os programas televisuais, atualmente, superam a fronteira desses dois referentes. Para superar essa dificuldade, Jost vai acrescentar aos mundos **real** e **ficcional** o mundo **lúdico** que, por sua vez, daria conta dos programas de entretenimento que apresentam todo tipo de jogos. São esses mundos que viriam a configurar as promessas de gêneros do real, ficcional e lúdico que o autor propõe.

4.6.1 Mundo Real

Nessa esfera, no postulado de Jost, os signos fariam referência a objetos existentes no mundo natural (“nosso mundo”, como ele prefere) ou fariam referência a este por pura ilusão. O principal registro audiovisual deste mundo “real” seria o documento (imagem, testemunho, som direto) e, no caso da TV, as transmissões ao vivo. Atualmente, com a digitalização dos meios de produção, circulação e exibição, o signo do “ao vivo” (ou “tempo real”, preferido pelos usuários da *Web*) ganha reforço com as transmissões por meio da rede mundial de computadores e de telefonia que entregam sinal de TV tanto no serviço fixo quanto móvel.

Essa prerrogativa da mídia “ao vivo” (ou “tempo real”) permite chegar diretamente aos acontecimentos; é ser “testemunha do mundo”, no dizer de Jost. No cardápio do “*ao vivo*”, inclui-se informação, atualidade, competições esportivas, concertos, espetáculos, *show*. Na perspectiva de Jost, trata-se de uma promessa de falar do mundo que também pode aparecer em filmes, um discurso com referente da verdade que possibilita à criação audiovisual um movimento entre verdade e falsidade. O semioticista francês lembra o caso do filme “A Bruxa de Blair”, uma história sobre um grupo de jovens estudantes de cinema que desaparecera no interior dos Estados Unidos durante a gravação de um documentário sobre bruxas. Numa estratégia de *marketing*, trechos do filme passaram a circular na *Web* como registros dos últimos passos dos jovens estudantes. Até a percepção de que se tratava de uma peça de ficção (todas as situações registradas nas imagens foram cuidadosamente criadas pelas equipes de produção para parecerem reais, inclusive a reação dos atores), o filme chegou a ser compreendido como um documento real.

Na concepção de Jost, há três razões para se levar a sério um documento audiovisual que fala do mundo:

- 1) Como signo do mundo - há propósito verificatório sobre o nosso mundo (atualidades, telejornal, reportagens);
- 2) Como signo do autor – há a expressão de uma verdade profunda dos seres ou dos indivíduos (remete a sentimentos autênticos), como nos testemunhos (depoimentos de fontes que participaram ou assistiram ao que se relata) e nas transmissões ao vivo, ou ainda em indivíduos (especialmente pelas marcas de cargo, *status*, representação pública) cuja autoridade não é contestada;
- 3) Como documento incontestável – há uma verdade em si, como registros oficiais ou imagens históricas; é o caso do arquivo.

4.6.2 Mundo Ficcional

No mundo ficcional de Jost, objetos, ações, todos os signos fazem referência a um universo imaginário, mental, “e nós exigimos que ele esteja disposto de tal maneira que a coerência do universo criado, com postulados e as propriedades que o fundam,

seja respeitada” (JOST, 2004, p. 37). Pertencem ao mundo da ficção os filmes, telenovelas, telefilmes, as séries, *sitcoms*. Concedemos ao autor liberdade para inventar.

4.6.3 Mundo Lúdico

Seguindo sua proposição de gênero como promessa de uma relação com o mundo, Jost denomina o mundo do jogo como lúdico. Ao contrário do mundo real e do mundo mental, nos quais os signos buscam uma transparência, o mundo lúdico tende a uma opacidade, todavia os signos desse espaço reenviam a si mesmo, num processo autorreflexivo. Dessa maneira, seriam ao mesmo tempo transparentes e opacos. Ao mesmo tempo que se refletem podem representar alguma coisa além (RÉCAINE, 1981). Para Jost, a divulgação do signo como tal seria uma característica do jogo, sobretudo se compreendido como atividade física ou intelectual gratuita, com fins de divertimento e prazer a partir de seus quatro níveis de gratuidade:

- 1) *Ilinx* (palavra grega que significa turbilhão de água) – São jogos que visam prazer e divertimento, nos quais o jogador colhe um prazer egoísta, corporal, conforme sugere Caillois (relembra Jost) e que estariam fundados nas sensações de vertigem para dar medo, casos como o salto com elástico, quedas, deslizos, etc.;
- 2) *Alea* – Jogos em que a decisão não depende do jogador; são baseados na sorte. O prazer está no próprio jogo;
- 3) *Agôn* – Os jogos são de luta e competição coletiva ou individual, física ou cerebral. A satisfação, não mais lúdica, vem da sanção simbólica do real, uma vez que competências são reconhecidas.
- 4) *Mimicy* – O jogador finge ou simula um personagem. É jogo de faz de conta, com o propósito de fazer rir. Para Jost, esta categoria tentaria recuperar a ficção na medida em que a coerência se avalia em relação às regras.

Assim, ao lado do verdadeiro, da informação que toma o mundo natural como referente (telejornais, documentários, *talk shows*, debates), do falso da ficção que o referencia no universo mental (séries, seriados, telefilmes, telenovelas, *sitcoms*), “é

preciso acrescentar um para rir no qual a mediação se toma como objeto, quer se trate de jogar com a linguagem, de jogar com o jogo ou de fazer arte pela arte” (JOST, 2004, p. 40). Esse mundo referente, denominado assim de lúdico, abrigaria especialmente as variações de *reality shows*, como “No Limite”, “Jogo Duro”, “Fama” (da TV Globo), “Show dos artistas”, “Show do milhão” (SBT), entre outros.

4.6.4 A migração entre os mundos, relatos e narrativas

Resgatemos o triângulo proposto por Jost por intermédio do qual situa os três mundos que referenciam os gêneros e que ajuda na compreensão do seu postulado do gênero como promessa.

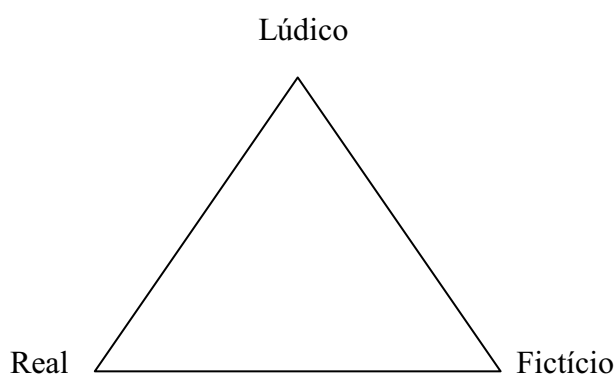


Figura 6 – Triângulo dos mundos referentes dos gêneros por Jost.

Um detalhe importante para Jost é deixar a figura em branco, uma vez que, no entendimento dele, todas as variações, migrações e hibridismos possíveis se movimentariam entre esses referentes. Seria o caso de *Reality Show* como o *BBB* (*Big Brothers Brasil*, da TV Globo) e a “Fazenda” (uma versão da Rede Record para o mesmo tipo de programa, que confina pessoas num local cenográfico durante meses, período no qual os candidatos são submetidos a provas e sujeitos a eliminação semanal, segundo escolha do público, por meio de votação por *Internet* e por telefone). Embora Jost não faça uma menção direta a esse espaço de movimento a partir do referente do mundo real, está o programa de revista como - e especialmente - o “Fantástico”, da Globo. Um aspecto que se deve destacar da postulação de Jost é que a constituição do movimento do gênero no espectro da sua formulação vai estar vinculada à promessa do

produtor, programador e difusor e na forma como o telespectador vai aderir à promessa a partir do seu referente de leitura e compreensão.

No momento da comunicação midiática, é difícil atribuir aos sentidos de um texto uma única interpretação. As utilizações são várias e cada um tira prazer a sua maneira do produto cultural. Essas migrações dos receptores nos gêneros, as estratégias de comunicação ou os próprios produtos operam todos no mesmo terreno. Tanto os atores da comunicação como os textos migram no espaço circunscrito por esses três mundos descritos” (JOST, 2004, p. 41-42).

O autor sugere ainda que, para observar esse movimento, seria necessário sobrepor os três triângulos que esquematizam sua posição e olhá-los por transparência. Reitera também que os agentes sociais dessa esfera midiática (emissoras, programadores, mediadores como telespectadores) se situam sobre “*um terreno comum*” gerado pelos mundos da TV e que conferem sentido aos gêneros.

Note-se que, apesar dos vínculos teóricos distintos, os referentes do mundo real de Jost (regime de crença e autenticação), do mundo ficcional (suspensão do regime de crença pela coerência interna, verossimilhança) são os mesmos das realidades de Duarte (metarrealidade e suprarrealidade). Igual associação pode ser feita em relação aos grupos de programas televisuais que ambos classificam nos seus respectivos gêneros, ao passo que o esforço classificatório de Machado, amparado na enunciação, embora dê conta apenas de um nível de subgênero (diálogo, telejornal, transmissões diretas e serialização), não foge dos referentes de autenticidade e semelhança. É uma evidência que nos permite inferir - acolhendo a noção de gênero a partir da idéia macro de mundos ou realidades aglutinadoras - que teríamos o *documental*, o *ficcional* e o *lúdico* como gêneros-matrizes, preferimos genéricos, no referencial classificatório da televisão.

Assim, ousando uma aproximação das formulações dos autores aqui trabalhados, adotaremos, a partir deste ponto, esta referência. Imagina-se com ela gerar um espaço de trânsito entre as perspectivas da realidade e dos mundos acima das amarras teóricas restritivas de um e outro. Temos uma diferenciação entre a visão de mundo lúdico (que absorve a natureza dos jogos em Jost) e a para-realidade (que envolve o mundo interno da mídia TV e a autorreflexividade presentes nos ditos de Duarte), mas que não se neutralizam ou contrapõem totalmente, uma vez que contemplam zonas menos demarcadas e em formação, portanto mais mutáveis, se especialmente percebidas na

lógica da ambiência midiática. Quando entendemos que a configuração da midiosfera, numa dinâmica permanente, opera novos mundos, como os deslocamentos entre real, ficcional e o próprio lúdico proposto por Jost, apresenta um distintivo que alarga as fronteiras para entendimento dos novos formatos, especialmente se criados pela TV numa ambiência de convergência e multiplataforma. Percebe-se, da mesma forma, a geração de um universo paralelo nessa ambiência midiática, cuja compreensão torna-se possível à luz da proposição de para-realidade de Duarte.

Enfim, são as fronteiras teóricas que precisam ser superadas, e a aproximação dessas perspectivas, até aqui comentadas, mostra-se um caminho por ora adequado, ainda mais se pensarmos na atuação do telespectador como agente social ativo neste espaço. Nesse sentido, a noção de promessa tende a ganhar força. Se pensarmos que as instâncias de produção e circulação estão sujeitas aos sistemas tecnológicos de produção e distribuição, estaremos pensando em sistemas fechados. Seria possível inferir que as estratégias da promessa de gênero estariam sujeitas às lógicas de regularidade desses sistemas. De certa forma, no âmbito das ações pré-exibição, sua tendência é buscar, na promessa, instrumentos que assegurem níveis de estabilidade. Na medida em que essa promessa é compartilhada pelo telespectador, os referentes sógnicos, a própria leitura e compreensão operam na lógica dos sistemas abertos, sujeitas às dissipações e variações da pretensão de origem. Assim, entende-se que o processo de adesão à promessa pode induzir o movimento na configuração do gênero. Nesse sentido, a revista eletrônica, no caso específico do “Fantástico”, configura, a partir das formulações de Jost, um gênero específico cujo principal referente é o mundo natural, o real, mas, pelas metas de entretenimento, movimenta-se para referentes do mundo mental de ficção e também incorpora referentes lúdicos que estimulam a participação do telespectador.

Dessa maneira, poder-se-ia sugerir que a revista eletrônica, no caso muito particular do “Fantástico” (um permanente camaleão na luta por audiência), situar-se-ia no meio do triângulo de Jost. Seus movimentos da direção do documental, ficcional e, mesmo, lúdico estariam abrigados na promessa de informação e entretenimento e livremente sujeitos à adesão e à demanda dos telespectadores. A regularidade desses movimentos, não apenas no exemplo do “Fantástico”, nos leva a acreditar em outra ordem de gênero que seja transversal aos demais e com livre movimento, uma natureza que não perderia seus referentes de origem, no caso documental de um programa informativo, mas sem as amarras canônicas do telejornal. Se considerarmos que, na esfera do processo que apresenta a promessa de gênero pela emissora, ela recorre a

todas as mídias disponíveis na busca do telespectador e igualmente lança mão dos mesmos dispositivos midiáticos para exibição e participação do receptor, o gênero tende a também se configurar no espaço da ambiência midiática, portanto opera na dinâmica da midiosfera.

4.7 UM EXEMPLO

Para melhor compreensão desta dinâmica, vamos tomar como exemplo a abordagem que o Fantástico costuma fazer no tratamento de temas que envolvem outros programas exibidos na mesma emissora e de grande repercussão pública, como o caso das telenovelas, ou seja, uma narrativa de ficção é tratada jornalisticamente como um produto cultural de destaque. Recorde-se que esta autorreflexividade tende a confirmar a lógica de gênero da para-realidade apontada por Duarte. De outra parte, opera o movimento entre os três mundos referenciais dos gêneros televisuais propostos por Jost. Então vejamos:

Na edição do dia 19 de agosto de 2007, o programa fez uma reportagem com a atriz Alessandra Negrini sobre a dificuldade de se interpretar quatro personagens em uma mesma telenovela. Alessandra representava o papel de duas personagens que eram irmãs gêmeas na trama e que, num jogo dramático adotado pelos roteiristas, no interior da narrativa, eventualmente uma personagem se faz passar pela outra - uma articulação que exigiria da atriz um esforço de interpretação peculiar. O tema, que é abordado numa reportagem-entrevista com Alessandra, que dura quase cinco minutos, inspira a produção do programa. Esta convida os telespectadores para que façam vídeos nos quais mostrem seus talentos, interpretando uma ou outra personagem (Taís ou Paula) e os postem no *site* do programa por meio do espaço “VC no Fantástico”.

Enquanto a abordagem do tema serve aos propósitos de reforçar a promessa do gênero ficcional, como defende Jost, o convite em si carrega a promessa do próprio Fantástico numa atualização dos movimentos específicos que faz em relação a este quadro no triângulo dos gêneros. Equivaleria a dizer para o telespectador: “neste quadro estamos te convidando para sair do mundo real (documental, da reportagem) e nos acompanhar ao mundo lúdico. Vamos brincar, vamos nos divertir juntos. Antes você precisa passar pelo mundo ficcional e produzir um vídeo em que você será o ator ou

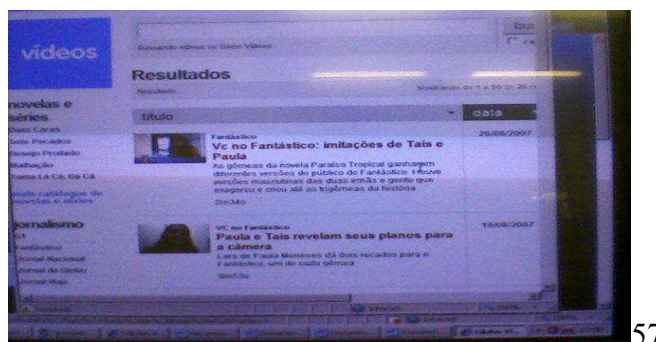
atriz”. Ao mesmo tempo, há a promessa subsidiária da interatividade, da participação do telespectador, que ajudará a fazer a próxima edição.



Foto 50 - Mostra o site do “Fantástico”. Aqui a convocação “teste o seu talento na pele de Taís e Paula”, a produção faz referência à reportagem com Alessandra, reenviando uma mídia a outra mídia e internautas e telespectadores a um mesmo papel.

O telespectador passa, então, para a fase de conferir a promessa. Aceita participar da brincadeira para ver se efetivamente haverá a publicação. O resultado mostra mais de vinte contribuições publicadas. Quatro efetivamente são selecionadas e exibidas no programa, que passa a incorporar esse quadro, “VC no Fantástico”, às suas rotinas de produção. As imitações dos papéis das irmãs gêmeas Paula e Taís aparecem na tela grande, antecedidas por uma vinheta e embaladas por um gráfico que imite a janela do software de exibição de vídeo na *Web*. Constitui uma nova lógica, que se materializa no âmbito da midiosfera, que é a convergência de mídias com a incorporação do discurso de reenvio de uma a outra (TV, *Web* e telefone), não só pela prática de produção, transmissão e exibição, mas também produção simbólica que resulta desta estratégia.

As outras contribuições que não foram publicadas ficam no site, à disposição do público que, ao acessá-lo, poderá assisti-las pela *Web*, juntamente com aquelas que apareceram no programa. Destaque-se que as contribuições (a maior parte de crianças e jovens, gerações mais acostumadas a novas tecnologias) superam as expectativas; algumas sugerem mudanças na trama.



57

Foto 51 – Mostra que a maioria das contribuições foi apresentada por jovens e até crianças, uma geração mais acostumada com a tecnologia, portanto ao uso de ferramentas interativas. Raros são os casos de contribuições de telespectadores/internautas com mais de 30 anos.



58

Foto 52 – Mostra que alguns internautas/telespectadores vão além da proposta de simples imitação e criam situações novas ou paralelas à trama das oito.

A adesão do telespectador, não somente no sentido de compreensão da proposta do programa, mas de participação, fez com que as equipes de produção promovessem uma nova experiência de atualização da promessa. Duas semanas depois, a produção voltou ao tema da novela, desta vez para tratar do assassinato na trama da personagem Taís, uma das gêmeas. Nessa nova promessa, o ponto de partida para os telespectadores é o mundo lúdico, o jogo, só que agora, de passagem mais intensa pelo mundo ficcional, rumo ao mundo real, são convidados a encenar versões do assassinato, que passa a ser trabalhado jornalisticamente (documental) pelo programa.

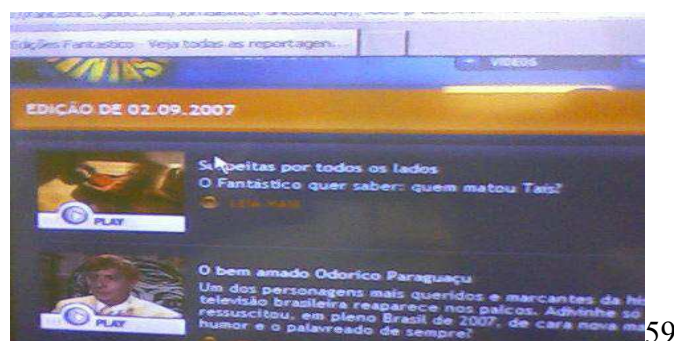


Foto 53 – A pergunta “o fantástico quer saber quem matou Tais?” leva o tema do espaço da ficção para o mundo real por meio de um código de brincadeira do tipo vamos fazer o “jogo de detetive” e “vamos todos descobrir o assassino”?

Como da outra vez, primeiramente uma reportagem questiona sobre os destinos dos personagens anti-heróis da novela. O gênero documental autentica o ficcional, legitimando o fingimento (noção de JOST, 2004) que será compartilhado entre produtores, exibidores e telespectadores.

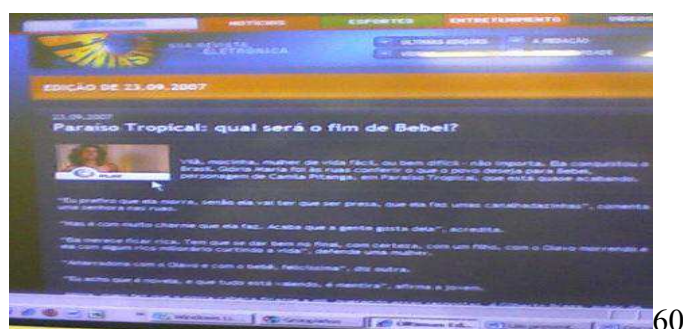
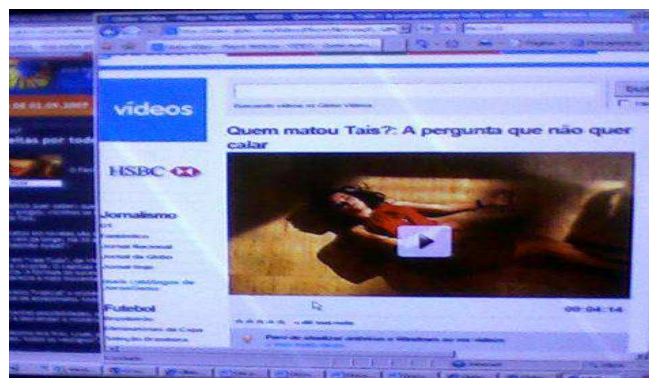


Foto 54 – Mostra que a segunda reportagem do programa sobre a novela tratava de motivar o espectador para opinar sobre o destino da personagem Bebel.

Depois, nova reportagem mais complexa trabalha um agendamento do tema. A produção toma o episódio da ficção, que levou à morte da personagem como um crime a ser desvendado. Nessa flutuabilidade entre os mundos de Jost, a reportagem que trata do desfecho de uma trama de um programa de ficção incorpora ao jogo o autenticante dos depoimentos de especialistas em investigação de crimes, como policiais, detetives particulares e até peritos oficiais. Todos são chamados a analisar, na reportagem com teor jornalístico, os indícios do assassinato ficcional e a apontarem suas suspeitas. A cumplicidade entre produtor e receptor, nesse processo de permanente atualização da promessa e da adesão, impressiona.



61

Foto 55 – Mostra que a reportagem usa toda a técnica jornalística. Testemunhas e especialistas são convocados a tratarem do tema: tudo como se fosse um fato real.

A evidência aparece nas contribuições. Pelos menos 17 vídeos são selecionados pela equipe e publicados.



62

Foto 56 – Mostra que na página, o acesso aos vídeos selecionados para publicação na *Web* é livre, mas exige alguns programas específicos que podem ser baixados gratuitamente.

As contribuições sobre versões do assassinato mostram uma variação grande: das alternativas à trama às formas narrativas e formatos. Percebe-se uma capacidade criativa dos telespectadores. Os vídeos variam de 17 segundos a mais de seis minutos.

Além da identificação do “remetente”⁷⁹, a página informa a data do envio e gera um espaço de votação para que outros internautas que assistem aos vídeos dêem uma nota, recurso comum nas práticas da *Web* e que ajuda a indiciar o jogo.

⁷⁹ Percebe-se aqui nesse sentido de remetente uma contradição na estratégia da equipe. A busca pelo telespectador interativo é relativizada pela classificação indicada no termo que sugere um distanciamento entre produção e recepção.

 <p>VC no Fantástico</p> <p>Assassinato desvendado - enviado por Julia Moresco.</p> <p>A encenação fantástica dos bonecos. Daniel Ken entra em sua casa e encontra Taís Barbie morta.</p> <p>0m17s</p>	<p>9/2007</p> <p>09/0</p>	
 <p>VC no Fantástico</p> <p>Taís não morreu - enviado por Meire Machado.</p> <p>Taís e Antenor planejaram tudo. Antenor pagou toda equipe de policiais para forjar a morte de Taís, e ela agora está nos EUA. 1m24s</p>	<p>9/2007</p> <p>09/0</p>	
 <p>VC no Fantástico</p> <p>O retorno de Taís - enviado por Andrea Vaz Cunha.</p> <p>Morte por envenenamento: Taís oferece uma bebida envenenada, mata Paula e assume seu lugar.</p> <p>6m45s</p>	<p>9/2007</p> <p>09/0</p>	

 <p>VC no Fantástico</p> <p>A morte de Taís - enviado por Juliano Sangalli</p> <p>Cena completa, desde a chegada no edifício até a resolução do assassinato. Daniel encontra Taís morta e chama a polícia. O caso vai parar no Programa Linha Direta. 6m33s</p>	<p>09/0 9/2007</p>	<p>★★★★★</p>
 <p>VC no Fantástico</p> <p>Camerman assassino - enviado por João Paulo.</p> <p>A verdadeira história da morte de Taís na novela Paraíso Tropical. Quem poderia imaginar que o verdadeiro assassino é o cameraman?</p> <p>0m59s</p>	<p>09/ 09/2007</p>	<p>★★★★★</p>
 <p>VC no Fantástico</p> <p>Morte quente - enviado por Aryadne Cardoso.</p> <p>Bebel mata Taís na cozinha. Enquanto Taís procura o que comer, Bebel a pega desprevenida e a mata na cozinha, usando o forno quente.</p> <p>0m28s</p>	<p>09/0 9/2007</p>	<p>★★★★★</p>

 <p>VC no Fantástico</p> <p>O mistério desvendado - enviado por Alexandre Baldissera.</p> <p>Assassinato a duas mãos. Taís abre a porta e encontra Hermínia que chegou para se vingar. Logo depois chega Daniel, que termina o serviço, aumentando o gás da cozinha.</p> <p>1m45s</p>	<p>09/ 09/2007</p>	<p>★★★★★</p>
 <p>VC no Fantástico</p> <p>Quem matou foi o Zé Luiz - enviado por Renan Francisco de Melo.</p> <p>Zé Luiz vai até a casa de Paula, porém descobre que quem está lá não é a Paula, mas, sim, a Taís! Ele liga o gás da cozinha e Taís morre.</p> <p>2m31s</p>	<p>09/ 09/2007</p>	<p>★★★★★</p>
 <p>VC no Fantástico</p> <p>Microondas assassino - enviado por Josilene Guizeline.</p> <p>Cenas que você não viu (nem verá) na novela das oito.</p> <p>0m48s</p>	<p>02/ 09/2007</p>	<p>★★★★★</p>

Figura 7 – Mostra planilha, em versão Word, extraída da tabela apresentada na página do programa. Observe-se que o sistema é similar ao adotado pelo *You Tube*.

A criatividade dos internautas/ telespectadores sugere alterações importantes na trama, mas evidencia uma preferência pela ludicidade, em que a ficção brinca com o absurdo, como o caso do microondas assassino ou a encenação com bonecas e, ainda, a animação com o boneco Zé Luiz. Na verdade, o telespectador não deixa dúvidas quanto à sua compreensão da promessa do programa e de suas atualizações de referencialidade. A adesão aconteceu plenamente. O fato é que as dinâmicas verificadas nessa experiência revelam uma característica performática tanto dos produtores quanto dos telespectadores, mostrando um resultado que, aparentemente, apresenta índices de satisfação de ambas as partes. Essa liberdade de movimento entre os mundos de Jost é que nos leva a acreditar num gênero transversal aos gêneros genéricos, que, pelas marcas textuais que desse movimento resultam, nos levam a denominar esse gênero de performático. Acredita-se que essa natureza poderia também abarcar os *talk shows* e alguns tipos de *reality shows*, esportivos e humorísticos.

4.8 UMA PERSPECTIVA DO SUBGÊNERO JORNALISMO

Em recente artigo⁸⁰, já registramos que os veículos de comunicação foram se transformando em empresas de comunicação ao longo da consolidação da sociedade industrial. Os jornais gradualmente abandonaram a forma de realização artesanal e adotaram sistemas profissionais mais complexos de organização. O conteúdo, a impressão e distribuição dos impressos passaram a ser estruturados num sistema de produção. O que se convencionou chamar de Imprensa inicia este processo de transição ainda no século XIX, com um exponencial crescimento da comercialização que vem a se consolidar no século XX. Seguindo o entendimento de Luhmann (2005), constitui-se fortemente aí uma dinâmica externa que vai incidindo sobre o sistema de comunicação:

⁸⁰ KIELING, Alexandre, Reflexividade na TV: uma primeira reflexão de caráter semiótica in: *Televisão:entre o mercado e a academia II*, organizados por Duarte, Elizabeth e Castro, Maria Lilia D. Porto Alegre:Ed Sulina, 2007.

(a) primeiramente, pela lógica iluminista de emancipação pela razão e pela ciência que, pelo viés tecnicista, dispara o processo de descoberta tecnológica, passando a instrumentalizar a distribuição dos conteúdos produzidos no âmbito dos veículos de comunicação; (b) em segundo lugar, por um ideal de liberdade e democracia que passa a justificar, do ponto de vista discursivo, a defesa da mídia não mais como meio de expressão do pensamento e de transmissão de informação, mas somente como informação à luz de uma objetividade e distanciamento. É um novo paradigma, como já pontuou Traquina (2003), que viria a substituir o “jornalismo engajado”, ideologizado, por um jornalismo de “ethos profissional”.

A noção de objetividade jornalística ganha contornos no início do século XX, nos anos 20 e 30, mas tem seu grande desenvolvimento e consolidação a partir da segunda guerra mundial, período de ascensão do liberalismo clássico com a promoção de ideais de liberdade individual e de ausência de coerções. O distanciamento, a restrição da atuação do jornalista ao “mero” relato, ao mesmo tempo que revela uma barreira invisível entre os eventos do mundo natural e o do mundo ficcional, formata a “notícia” como produto. Os manuais de redação estruturam e uniformizam o produto notícia, definindo o que pode e não pode ser feito, dito, escrito, divulgado. As formas de relatar passam a ser manifestas por estruturas narrativas que enformam o relato jornalístico a partir de uma matriz. As posições individuais do jornalista, baseadas em sua cultura pessoal, em suas crenças individuais, vão dando lugar a uma noção organizacional de tratamento da informação.⁸¹

A ideologia jornalística - Traquina (2003) defenderia uma relação “epistemológica com a realidade”, que impedia transgressões e fundava-se na credibilidade, sobretudo no papel social do jornalista - foi substituída pela visão organizacional da empresa, tendo em vista resultados, principalmente políticos e econômicos. Não há mais um sujeito observador do relato em busca do testemunho do fato; há uma instituição que faz a mediação entre a sociedade e o fato. Há o enquadramento do relato. Essa sofisticação narrativa cada vez mais passa a recorrer a estratégias discursivas de ordem ficcional: uma matriz que inclui o narrador (o repórter), os personagens (as fontes), enfim a estruturação linear de uma narrativa aos moldes clássicos aristotélicos.

81 Ver detalhes em Teoria Organizacional, BREED, Warren . Social Control in the Newsroom: a functional analysis'. Social Folders. Vol. 33, 1955.

Seguindo os movimentos identificados por Jost (2004), entre as fronteiras dos gêneros, vamos perceber que, no caso dos relatos jornalísticos, estes podem apresentar marcas de índices ficcionais. A câmera de reportagem, quando ausente no momento do evento, é usada *a posteriori*, para recontar, reconstituir o fato usando testemunhos por meio da narração do repórter que conta uma história, estruturando uma sequência de eventos que ele não viu e imagina a partir da sua apuração ou, até mesmo, recorrendo a imagens neutras ou subjetivas. Haveria ainda o caso do *feintise*, o fingimento enunciativo entendido por Jost, quando o real é inventado, como foi o filme “Bruxa de Blair”, já citado.

A partir de um fato, uma referência real, cria-se um relato inventado, um jogo, uma brincadeira, uma narrativa lúdica. É caso do “Pânico na TV” (programa da Rede TV) ou “Casseta e Planeta” (da TV Globo), nos quais as entrevistas são reais, mas os repórteres são de brincadeira, isto é, atores ou comediantes. Ou quando um programa de informação transforma em notícias coisas que acontecem numa novela, num relato de ficção (caso da novela “Mulheres Apaixonadas”, quando houve o agendamento do desarmamento, com um capítulo da novela sobre uma vítima de bala perdida e, depois uma passeata de protesto no Rio virou reportagem de abertura do “Jornal Nacional”). Da mesma forma, quando analisa as formas de representação do mundo na TV, como já mostrado, a simples fronteira entre ficção e realidade não dá conta das narrativas presentes nos programas de TV. Todavia, em razão dessa narratologia presente no discurso televisivo, não se podem atribuir à televisão construções unicamente diegéticas.

Jost (2004), em sua análise, salienta que há, nas produções de teledramaturgia, índices de factualização (quando a produção recorrer a métodos retóricos como a maneira de filmar, que passa a impressão de realidade) e/ou índices factuais (quando a produção recorre a elementos reais). Os factuais, particularmente, seriam narrativas que se utilizam de nomes de cidades reais e que fazem de locações das filmagens, efetivamente, as ruas, praças, prédios que existem.

No caso das telenovelas brasileiras, até fatos do mundo natural são incorporados ao mundo ficcional, como no caso dos folhetins do horário das oito, que incluem relatos pessoais de violência doméstica, discriminação racial, doenças mentais, etc. entre os personagens ficcionais da narrativa (na mesma novela “Mulheres Apaixonadas”, houve o agendamento sobre a violência contra os idosos que pressionou pela aprovação, no Congresso Nacional, do código do idoso).

O importante, nesse movimento dos gêneros, especialmente entre os mundos televisivos descritos por Jost, é que a circunstância narrativa do fingimento vai ser apresentada como promessa pelos realizadores e exibidores e precisa contar com a adesão do telespectador. A partir daí, contrariamente de Jost, acreditamos que se segue um regime de contrato bilateral entre as duas instâncias, sujeito a atualizações mediante novas promessas e novas adesões. É essa perspectiva que nos permite compreender a fidelização de um telespectador com a telenovela que fica no ar durante três meses.

Um exemplo muito apropriado desta dinâmica pode ser acompanhado com o programa “CQC” – Custe o que Custar (uma versão brasileira de um jornalismo de humor, que brinca com a notícia, criado na TV Argentina), da Rede Bandeirantes. A promessa do “CQC” propõe um programa de humor cujos temas são tomados de agenda jornalística das editorias de política, de cidades e cultural, especialmente celebridades. Em princípio, os referentes do programa são do mundo real (autenticidade pelos temas e pelos testemunhos), mas a abordagem referencia-se no mundo lúdico (as perguntas e a própria ousadia dos repórteres, que são também atores e humoristas, objetiva a diversão, o humor). E, para executar essa relação entre o real e o lúdico, os repórteres usam um figurino especial que os aproxima dos referentes do mundo de ficção. A característica final do programa acaba sendo o fingimento, como descrito por Jost. Tanto telespectador quanto fontes (embora alguns reajam negativamente, inclusive com agressões verbais e, mesmo, físicas) aderem ao jogo cuja coerência interna é o fingimento.

Todavia, manter o equilíbrio e as fronteiras éticas desse jornalismo-brincadeira mostrou seus limites. Como as edições do “CQC” são ao vivo (autenticidade), em algumas edições os apresentadores ultrapassaram o tom do deboche e dos palavrões. Parte do grupo de telespectadores entendeu que houve um rompimento da promessa original do programa e a insatisfação pareceu implicar na queda de audiência. Como resposta a emissora passou a gravar as edições seguintes. Embora a equipe de produção alegue problemas técnicos para a adoção da medida, imagina-se que a promessa e adesão foram atualizadas em novas bases e, digamos, limites já que o programa voltou tempo depois a ser ao vivo, sem excessos.

Mas não há outro programa de informação na TV brasileira que promova com tanta intensidade essas permanentes atualizações de promessa e adesão como o “Fantástico”: uma capacidade de ousar, recuar, propor novamente e até radicalizar, saindo de um extremo ao outro da pirâmide de Jost (como já demonstrado), o que talvez

justifique sua permanência no ar há tanto tempo. Além das inovações já descritas no presente trabalho, da interatividade e das atrações de entretenimento, há no jornalismo do programa a valorização pelas grandes reportagens de investigação.

No caso Isabella Nardela (um pai e a segunda mulher mataram a filha do primeiro casamento dele, jogando a criança através de uma janela de um prédio classe média, em São Paulo), quando a cobertura de todos os veículos, inclusive de outros informativos da emissora, abordava a crueldade do crime (e a maior parte da mídia brasileira já condenava sumariamente o casal), o “Fantástico” foi a primeira emissora a dar voz aos acusados. Com isso, produziu um efeito de humanização e de equilíbrio na cobertura. Para o telespectador, já cansado do maçante volume de informação de origem oficial, o movimento das equipes de produção do programa renovou a promessa do mundo real e obtiveram uma adesão significativa da audiência.

No caso do jornalismo televisivo, propriamente, podemos observar que este se constitui a partir de uma matriz de relato que opera com recorrentes regularidades narrativas que apresentam pequenas, quase invisíveis, variações de uma reportagem para outra, do telejornal de um país para outro. A função do repórter narrador é a mesma: das fontes-personagem ou fontes-testemunho é igual. Da herança do “ethos jornalístico” resta a assinatura do repórter falando diretamente para a câmera, assegurando a noção de credibilidade e legitimação. É exatamente esta inter-relação dos meios, enquanto empresas prestadoras de serviço, e a sociedade, que vai introduzir a mídia nas regras do sistema de mercado, que, por sua vez, alimentaria esta interdependência com base nas lógicas econômicas, tecnológicas e políticas.

Esse entrelaçamento dos sistemas, presidido pelas regras de qualidade e lucro, mobilizadas pela noção de *marketing* - onde a “ordem é atrair clientes”, “o sucesso é determinado pelo consumidor”, “o fluxo deve estar na direção do usuário”, e que “se deve manter o cliente satisfeito”, segundo os chavões dos gurus da área já citados - é que faz com que os processos de produção, circulação e consumo, observados por Duarte (2004), constituam um jogo de representações e mundos distintos e interligados.

Essas representações e mundos, quanto mais a mídia opera como estrutura de funcionamento da sociedade, passam a se constituir dentro da própria mídia, como é o caso da televisão. Duarte nos fala do mundo da TV que, para ela, resulta - com dissemos - no gênero de para-realidade. É nessa lógica de mercado, preservando a imagem do “ethos jornalístico”, que a mídia vai consolidando seu próprio nicho e, por fim, seu próprio mercado, constituindo o sistema próprio (LUHMANN, 2005). Gradualmente, ao

longo do século XX, este movimento vai consolidando a mídia, sobretudo a televisão, pela força da imagem, ainda mais ao vivo - com sua sugestão de tempo real, de fato presenciado pelo telespectador, como um novo espaço público, um lugar de visibilização social.

Por esse o que, naturalmente, passou também a transitar foram o discurso político e ideológico da sociedade e dos campos sociais, alimentando seus conflitos, construindo seus consensos ou gerando seus mitos e anti-heróis. De certa forma, consolidou bens simbólicos já existentes na sociedade e agendou outros. Com este percurso, somando a promessa (JOST, 2004), numa dimensão discursiva não apenas do programa, mas dos sistemas midiáticos como um todo, de objetividade e de prestação de serviço ao consumidor-telespectador, a mídia passou a gerar novos valores simbólicos, na dimensão prescrita por Baudrillard (1973, 1981).

Esse movimento e esses valores contribuíram para validar a mídia como instituição, e seus operadores, as empresas, como agentes da liderança (elite) e governança (acentos como gestora) social, legitimados, institucionalizados a partir deste novo lugar do sistema midiático no macrossistema social. Tais valores simbólicos somam-se ao valor simbólico do “ethos jornalístico” e consolidam um estatuto de poder delegado, autorizado, consumado. Tal percurso colocou a mídia, especialmente a televisão, num lugar de poder enunciador, articulando estratégias e táticas, com vistas às relações com o sujeito consumidor, tomado inicialmente como objeto na perspectiva da sociedade de consumo, da economia de mercado. Além de constituir-se como valor simbólico, a mídia, especialmente a TV, pôde produzir novos valores simbólicos.

A partir do debutar do terceiro milênio, os movimentos sociais, as organizações de defesa do consumidor e, por fim, de defesa do telespectador aumentaram a pressão para ganharem espaço e voz junto ao sistema de produção simbólica da mídia⁸². Todavia, foi preliminarmente por meio da própria dinâmica do mercado (a queda nas audiências) que a noção de receptor-consumidor começou a dar lugar à noção de receptor-sujeito. A guinada mais aguda veio com o avanço tecnológico, a digitalização dos meios de produção e exibição e, sobretudo, com o uso que o receptor-sujeito passou a fazer desses meios. Nessa marcha, a noção de promessa ganhou relevância no âmbito do espaço comum (JOST, 2004), compartilhado pelas instâncias de produção e

⁸² No Brasil esses agentes sociais lograram uma regulamentação mais dura para a classificação dos conteúdos quanto aos horários de exibição.

recepção. Cada vez mais presentes no ambiente da mídiósfera, essas lógicas mostram-se atualmente sujeitas à outra natureza de tensão, em particular no subgênero dos informativos. Imagina-se que o jornalismo informativo, que já enfrentava uma grande ambiguidade (o compromisso de informar mantendo o ativo da credibilidade com base na marca da objetividade e a produção da notícia enquanto produto de consumo), passa a ter pela frente novos desafios.

Retornemos às perspectivas da notícia *hardnews* e *softnews*, no âmbito do programa “Fantástico”: temos a mistura do relato e da narrativa. O real e a realidade construída se atravessam; seus referentes são invertidos, se diluem e reconfiguram ao sabor da proposta de cada quadro, à luz de uma liberdade criativa de formatos e estruturas enunciativo-discursivas. Seu conteúdo não colhe material noticiável, apenas nos eventos do mundo natural, mas também nos eventos criados no âmbito das “sacadas” da redação do programa: um processo regido por uma lógica de jogo informativo com o apoio do telespectador. Tudo é feito num processo de adesão e até cumplicidade do público do programa que aceita falar da realidade, suspender o real e brincar, fazer de conta. Constitui um fenômeno que vai na direção da perspectiva de campo jornalístico, tal qual imaginou Bourdieu (1996), no qual a sujeição seria aos vereditos do mercado, por meio da sanção direta da clientela e indireta dos índices de audiência, mas que recorre ao desejo pelo entretenimento para fazer uma espécie de aliança com a audiência.

E no bojo do *Fast-Food* cultural, descrito pelo sociólogo francês, emerge outra maneira de formatar a apresentação da notícia, de contar histórias em programa de informação na TV. Na experiência verificada no “Fantástico”, teremos uma espécie do que poderíamos chamar de *mixnews*, um pouco de *informação*, um pouco de *show*, um pouco de relato, um pouco de narrativa, um pouco de tempo real, um pouco de tempo controlado pelo enredo, um pouco de temas da atualidade e um pouco de temas criados pela realidade paralela da TV. Tudo, porém, vem embalado por uma estética comum: a da *performance*.

No *mixnews*, que não excluiu o *hardnews* e o *softnews*, há espaço para a participação, a colaboração do telespectador e a atuação das instâncias de produção e recepção, num jogo cúmplice de produção de conteúdo e sentido. Assim, a principal característica do *mixnews* é dar um tratamento performático a qualquer informação veiculada nas reportagens dos programas ditos “revistas eletrônicas”. Independente de serem informações jornalísticas de assuntos que foram notícia na semana ou histórias de

comportamento, de lançamentos culturais e ainda da vida e pensamentos de celebridades, a narrativa, o enredo, a montagem ou o desempenho do narrador ou do repórter vai privilegiar a performance. Essa tendência vai se manifestar nos textos mais leves, poéticos, cômicos ou dramáticos ou ainda nas trilhas, nos ruídos, sobre sons e tempo de corte na sequências de imagens apresentadas na montagem.

4.9 NOVA DINÂMICA DA INFORMAÇÃO

As ofertas de interatividade que sugerem uma possível negociação direta com o telespectador já oferecem pistas que tendem a reconfigurar instrumentos dos quais o jornalismo sempre dependeu para construir sua identidade e seu espaço social, seja o caso do *gatekeeper* (o filtro), seja a agenda-*setting* (o agendamento), seja o enfoque (o ponto de vista, o enquadramento da notícia), seja o próprio jornalista. Não que a seleção das notícias, os parâmetros organizacionais de cada empresa, a pressão dos campos sociais pela agenda temática a ser explorada pelos produtos de informação, a necessidade de sustentabilidade, a subjetividade presente no código cultural do jornalista vão desaparecer. Ao contrário, o receptor jamais vai abdicar do papel (serviço) editorial das mídias.

O que ingressa no hemisfério da produção é outro formato de geração de informação e notícia: a **produção colaborativa**, uma participação que vem do telespectador, do anônimo que, com seu telefone portador de uma câmera, colhe flagrantes, registra ocorrências, documenta eventos do mundo natural e os envia para as redações, usando o mesmo telefone móvel. Se essa perspectiva for estendida para possibilidades de publicação e circulação, que é o caso dos *blogs*, portais, *Iptv*, *twitter*, *sites* de relacionamento, ou seja, as chamadas redes sociais as referências de seleção de notícias (*gatekeeper*), agendamento (*agenda-setting*), da objetividade e reprodução (a teoria do espelho), estes poderão ganhar novos contornos.

Em princípio, nada será impublicável. O que se imagina é que o que será decido é o *onde* e o *como* será publicado. Talvez ainda se possa fazer um exercício de imaginação em relação a quantas pessoas determinada informação atingiria. Quem sabe, seja um trabalho para o *gatekeeper* (novos portões) na dimensão de filtrar não mais a notícia, mas a mídia de publicação. Os executivos de mídia já admitem a figura do

Watchkeeper em alusão a poder de seleção do que e onde assistir, conferido ao telespectador pelas novas tecnologias. De fato, a tendência que mostra consistência é que o **relacionamento com o receptor** – indicativo de uma interação mais forte - antes mediado pela carta, telefone, *e-mail*, agora será constante, dinâmico, presente⁸³. Tal perspectiva tende a dimensionar a midiosfera num espaço social cada vez mais amplo. Para efeito de exemplo (e registro), poderíamos lembrar o embate da Petrobras, em junho de 2009, com as empresas de comunicação do Brasil acerca da divulgação de material jornalístico sobre a CPI do Senado brasileiro, que se propunha investigar a companhia que explora o petróleo nacional e seus derivados.

O que se deu na queda de braço da assessoria de imprensa da empresa com os grandes jornais do país foi algo mais que uma estratégia de defesa dos jornalistas institucionais frente ao determinismo editorial dos jornalistas dos impressos. Não se tratou apenas de proteger a Petrobras da edição de falas e dados, de sorte a sugerir manipulação por parte da chamada “grande mídia”, que são os maiores veículos de comunicação. O que temos no episódio é uma ruptura do paradigma que até então norteava as relações entre o jornalista e a fonte, esta última sempre disposta e esforçada no sentido de fornecer as informações de seu interesse e conveniência, procurando o convencimento da primeira sobre a verdade da sua versão.

Por outro lado, o jornalista tentava, nos seus contatos com a fonte, extrair o máximo de dados ou depoimentos que comprovassem suas suspeitas sobre o fato, ou mesmo, uma tese já formulada na redação, restando-lhe, tão-somente, comprová-la no trabalho de campo. Do embate de interesses entre jornalista e fonte, o primeiro sempre gozou da vantagem da “edição”, etapa no processo de produção jornalística no qual se fazem escolhas do que será ou não publicado, sem falarmos na estrutura do texto, que poderá induzir linhas de leitura. Com a chegada de novas formas de publicação não centralizadas, com a distribuição aberta a qualquer acesso público, a fonte também pode fazer escolhas na edição do texto e dar, a saber, suas linhas de sugestão de leitura.

⁸³ Importante destacar que mesmo como as novas tecnologias essa nova dinâmica de relacionamento faz com que os produtores não abdicuem da comunicação através da carta como é o exemplo do SP TV Primeira Edição – telejornal local da TV Globo São Paulo que vai ao ar ao meio dia – que ao final do quadro que trata de problemas que enfrentam as comunidades da periferia convida os telespectadores a enviarem pautas ou reclamações através do site, e-mail telefone e carta. A emissora mostra um gráfico com o endereço físico para envio de correspondência.

No caso da Petrobras, a publicação integral, no Blog da empresa, de todas as perguntas feitas pelos jornalistas da imprensa e as respostas apresentadas pelas fontes da empresa mostra-se uma medida que permitiu ao leitor atento compará-la com as versões publicadas nos jornais, o que constitui uma nova possibilidade de construção de texto e de leitura. Infere-se que o que vemos nessa ruptura é resultado da reconfiguração produzida pelos meios digitais de realização e publicação, que produzem uma nova ambiência de produção, distribuição e de consumo jornalístico, um espaço público onde emissor e receptor, jornalista e fonte, autor e leitor passam a operar uma nova dinâmica de relações sociais, políticas, culturais e, até mesmo, econômicas. Essa ambiência (que chamo de midiosfera) avança no sentido de esfera pública já distendido por Habermas⁸⁴. Esse espaço, que se redesenha na midiosfera, é que nos cabe compreender e mapear.

Outro exemplo que não pode ser ignorado é o fenômeno verificado no Irã, também em junho de 2009, durante a cobertura do processo pós-eleitoral verificado naquele país. A vitória da situação por larga vantagem, no primeiro turno, apresentou um resultado muito diverso daquele apresentado pelas pesquisas de opinião durante a última fase da campanha eleitoral. A oposição contestou o resultado, fez denúncias de fraude, pediu anulação do pleito e mobilizou parte da população, levando seus apoiadores às manifestações de rua. Os protestos foram reprimidos duramente pelas forças públicas, com mortes e feridos.

A imprensa local ficou proibida de divulgar e a imprensa estrangeira teve seu direito de atuação limitado. Alguns jornalistas tiveram que deixar o país. Ainda assim, o mundo não deixou de acompanhar o que aconteceu no Irã graças às redes sociais que, por intermédio de pessoas comuns, iranianos e moradores do país, de posse de celulares pessoais, gravaram imagens com as câmeras embutidas nos aparelhos e enviavam o conteúdo, via telefonia móvel ou *Web*, para portais de relacionamento ou contatos no planeta todo. Até aqui, imagina-se, foi a maior cobertura internacional do jornalismo colaborativo.

Hoje todos os portais dos grandes jornais mundiais têm espaço para a publicação de contribuições de leitores. As emissoras de rádio e TV do Brasil seguem no mesmo

⁸⁴ Para o sociólogo alemão, Jürgen Habermas (1984), o termo “esfera pública” está intimamente ligado ao desenvolvimento da sociedade burguesa, embora venha da Grécia Antiga a distinção de “público” em relação ao que não é “privado”. A esfera pública grega (os lugares públicos) era celebrizada como reino da liberdade e da continuidade. Em Habermas é aquilo que consegue aparecer, seria tudo que é visível a todos. Portanto, não precisa ser necessariamente um mesmo lugar físico onde todos estejam presencialmente, mas um espaço de reconhecimento público, de representação social.

curso⁸⁵. No caso da TV Globo, pioneira nesse tipo de contribuição, todos os programas informativos da emissora tem espaço para *uploads* do telespectador. Em São Paulo, os telejornais locais usam diariamente as contribuições, indicando a autoria e estimulando novas participações⁸⁶. No caso de um programa de trânsito (Radar SP), exibido todas as manhãs para auxiliar os motoristas (a cidade padece diariamente de engarrafamentos e lentidão na circulação de veículos), as contribuições não só ganham destaque como também suíte. As equipes de produção do programa vão atrás das fontes oficiais em busca de explicações para a questão documentada pelas câmeras do jornalismo colaborativo que, com a popularização do celular, se multiplicam como formigas pela grande metrópole brasileira. Acredita-se que esse fenômeno, que ganha força na dinâmica da midiosfera, é que confere ao subgênero dos programas informativos um segundo formato de produção da notícia o **colaborativo**, com características próprias, amadoras, deseditorializadas, ainda usando como referente o espelho, o documento daquilo que testemunham, embora, para a exibição no espaço dos grandes veículos, passem pelo filtro da edição.

4.10 PROPOSIÇÕES

Isto posto, relembremos que nossa perspectiva acolhe, em caráter geral, a noção de gênero como promessa (JOST, 2004) e sua perspectiva de migração entre os mundos da televisão, mas preferimos eleger o sentido de **documental** (a maior parte dos informativos, entrevistas, debates, noticiosos, eventos ao vivo, esportes), **ficcional** (toda a natureza dos serializados) e **lúdico** (jogos, musicais, videoclipes) como gêneros

⁸⁵ A revista Tela Viva, na edição de julho de 2009, apresenta na reportagem de capa uma relação de redes regionais afiliadas do Sistema Globo (Paraná, Bahia, RS, SC) que usam o recurso da *Web* como canal de relacionamento com o telespectador e exploram fortemente o jornalismo e o conteúdo colaborativo de maneira geral, inclusive como maneira de ampliar a produção regional.

⁸⁶ O Jornal Hoje, da TV Globo, editado em São Paulo, veiculado nacionalmente às 13h, tem um quadro chamado “Você faz a notícia”, por meio do qual as equipes de produção executam reportagens pautadas pelos telespectadores, cuja autoria é sempre indicada na cabeça da matéria (texto lido pelo apresentador do telejornal”).

genéricos que funcionam como árvore e podem naturalmente operar migração entre os mundos de Jost.

Podemos ainda propor um quarto gênero de natureza transversal, que chamamos de **performático** (toda a natureza dos híbridos, *talk shows*, *reality shows*, auditório, humorísticos, alguns esportivos, revistas). O performático opera a partir de um referente-base vinculado a um dos gêneros genéricos, mas é transversal a todos os genéricos, e sua estabilidade reside na migração e na permanente atualização das promessas. É nessa categoria que tendemos a identificar o programa Fantástico que, embora ancorado no referente do gênero documental como subgênero informativo, tem no seu propósito de entretenimento um salvo-conduto para se deslocar livremente entre os mundos real, ficcional e lúdico, sem comprometer sua natureza de origem. Faço esse deslocamento, dada a regularidade e singular habilidade com que esses movimentos ocorrem na construção textual e enunciativa dos quadros apresentados no programa.

De outro ângulo, não podemos abdicar das realidades de Duarte, que acreditamos funcionarem não necessariamente como gênero, mas como referentes subsidiários na constituição dos gêneros e verificáveis no texto, no âmbito daquele resultante, mais particularmente, o sentido de para-realidade. Com a noção de um mundo paralelo, interno ao mundo da TV, acreditamos que ganha mais sentido a idéia de *fingimento* presente em subgêneros que lançam mão de formatos que autorizam a migração de um referente a outro no âmbito da pirâmide de Jost. Desprendendo-se das raízes teóricas de um e outro, acreditamos que, após o formato se localizar nas operações que fará na pirâmide, o texto que resulta produz marcas das realidades descritas por Duarte.

No caso específico do fingimento (JOST, 2004), o texto-programa, efetivamente, tende a criar realidade paralela que, por vezes, tenta fazer se passar pela realidade do mundo natural. O exemplo verificado no presente capítulo sobre a novela de 2007, na TV Globo, e as diversas abordagens que ganhou no Fantástico, particularmente a participação do público e de especialistas para legitimar a brincadeira proposta, gerou uma realidade constituída nos textos produzidos e veiculados no quadro do programa. Essa realidade foi compartilhada apenas pelos produtores e telespectadores que participaram e assistiram a experiência.

Acreditamos também ser promissor classificar como formato adicional ao subgênero informativo o novo processo de produção de notícia possibilitado pelos dispositivos digitais e interativos: o colaborativo. Juntamente com o formato editorial,

as duas possibilidades de produção de conteúdo jornalístico obrigam as redações a incorporar novas lógicas de construção da notícia, especialmente no que se refere à interação com os telespectadores e as fontes. Por fim, vamos recorrer às categorizações enunciativas, sobretudo das vozes e do diálogo, descritas por Machado, para ajudar na identificação de inscrições discursivas do telespectador no interior dos textos dos subgêneros de informação.

5 EXPOSIÇÃO SOBRE AS APLICAÇÕES DA CONVERGÊNCIA E DA INTERATIVIDADE NO UNIVERSO DO PROGRAMA DE INFORMAÇÃO E ENTRETENIMENTO “FANTÁSTICO” DA REDE GLOBO

À luz do nosso *corpus*, a proposição de verificar as aplicações das ofertas de interatividade se dá na perspectiva empírica do trabalho em que haverá uma detalhada descrição e análise. Para tanto, o presente capítulo será dividido em duas partes: a primeira é dedicada à explicitação do objeto, à descrição e recorte do *corpus*; a segunda trata da análise empírica dos elementos apresentados.

5.1 PRIMEIRA PARTE - O OBJETO E O CORPUS

5.1.1 O programa, o formato e o quadro

Como já foi mencionado, esta pesquisa propõe-se, com base em metodologia de inspiração pragmática e semiodiscursiva, dar conta da análise da configuração autoral do telespectador em programas de jornalismo e informação, mediante exame das pistas presentes no ambiente midiático e no próprio texto dos programas ditos interativos, especialmente o de informação. Reenfatizando, nosso objeto principal de análise é o programa “Fantástico”, uma revista “eletrônica” (como propõe a promessa editorial do programa, que foi ao ar, pela primeira vez, em 5 de agosto de 1973, pela TV Globo, comprometendo-se a “misturar jornalismo e entretenimento de maneira dinâmica e acessível”) que desde 1993 vem se propondo a promover a interação com o telespectador.

Em 1998, Destacou-se como o primeiro programa da emissora a adotar o *e-mail* como forma de contato com o telespectador, tendo também sido o pioneiro em transmissões pela Internet, em tempo real, e a inaugurar a transmissão digital no Brasil, diretamente da França, durante a Copa do Mundo. No mesmo ano, acompanhou a viagem da Família Schurmann (uma volta ao mundo num veleiro) quando, em outra experiência inédita no país, transmitiu reportagens pela Internet e entrou ao vivo através do videofone, com relatos da aventura.

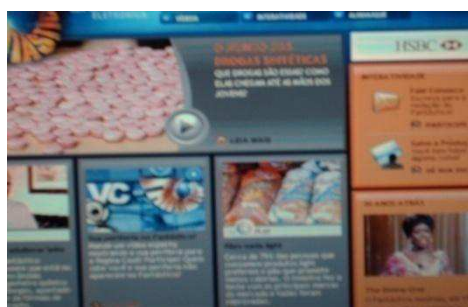
Em 2004, introduziu entre os apresentadores do Fantástico uma apresentadora virtual da TV Brasileira, batizada de Eva Byte, por escolha dos telespectadores. Ainda nesse ano, o

apresentador Zeca Camargo e o repórter cinematográfico Guilherme Azevedo participaram de uma experiência na qual, durante 16 semanas, viajaram ao redor do planeta, tendo o destino sido escolhido todo domingo pelo público. A dupla atravessou os cinco continentes, e o público pôde acompanhar toda a aventura no programa e no *site* do programa na *Internet*. Atualmente, o “Fantástico” explora um ambiente de convergência (TV, *Internet* e uma revista impressa), no qual promove espaços de participação do telespectador com base na perspectiva de interação. O resultado é articulado em quadros dinâmicos, dentro da estrutura do programa, como é o caso dos quadros “Retrato Falado” e “Fazendo a História” e, mais especificamente, “VC no Fantástico” (fotos abaixo), onde os internautas depositam vídeos de produções amadoras que, depois, são editados e veiculados no programa pela TV.⁸⁷



63

Foto 57 – Mostra *site* do “Fantástico”, 2007, onde há janelas para inclusão de vídeos amadores.



64

Foto 58 – Mostra que a janela do VC no Fantástico tem destaque na página do programa, e as janelas interativas estão em laranja, à direita.

Todavia não pretendemos desconsiderar as possíveis transformações já em curso, frente à digitalização e à conseqüente oferta de dispositivos mais sofisticados de interatividade ao telespectador. Com esse fim descreveremos, num caráter mais geral, um estado da arte atual dos dispositivos usados para configurar a interatividade, seja entre o

⁸⁷ Os quadros interativos do “Fantástico” procuram cumprir a promessa do programa, trabalhando narrativas de relato factual e ficcional.

telespectador e o aparelho de TV (a navegação por meio da TV), seja entre as emissoras e o telespectador (*Web*, Telefone, SMS). Pretende-se aproveitar, para tal, uma coleta de experiências interativas usadas na França, que já operam no sistema digital, em comparação com as experiências brasileiras, por meio da cabodifusão e da Internet. Esse movimento também nos permite uma descrição dos dispositivos de relacionamentos das emissoras com os telespectadores tanto na França (relembremos a foto abaixo), como já mostramos, quanto no Brasil, que ajudam a dar uma idéia de ambiência, portanto das operações da midiosfera.



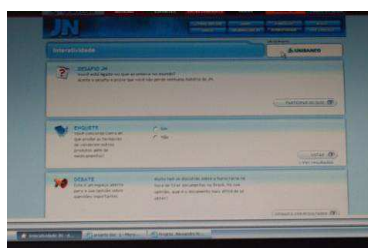
65

Foto 59 – Salão da TV em Paris, onde as emissoras montaram estandes com todo seu aparato para receber e cadastrar todos os seus telespectadores.

Mostra-se pertinente adiantar uma perspectiva preliminar atualmente percebida nas estratégias dos atores destes sistemas de comunicação. Seria o caso das promessas interativas nos telejornais tradicionais da TV Brasileira. Até o presente momento, passado um ano de implantação da TV digital, o caráter editorial mantém-se predominante, havendo raros casos de uso da produção colaborativa ainda distante das preocupações interativas dos principais informativos. Se retomarmos o caso do Jornal Nacional (rede Globo, emissora comercial) e do Jornal da Cultura (TV Cultura, emissora educativa pública), pelos *sites* de cada telejornal, comentados nos capítulos anteriores é possível perceber marcas ainda ligeiramente conservadoras.

Resgatemos os exemplos de 2007 em comparação 2009. Na primeira foto, o Jornal Nacional (2007) tem janelas com três propostas de interatividade: um *quiz* de perguntas sobre atualidade, com base nas reportagens veiculadas no telejornal, uma enquete para repostas simples de sim ou não e um fórum para debate. Na segunda foto, temos o *site* do Jornal da Cultura (2007), que publica o relato de uma aventura de um telespectador localizado pela emissora para fazer uma expedição no norte do Brasil, que resultou numa reportagem. Em 2009, as duas emissoras, como já vimos, apresentam várias iniciativas de propostas interativas através da *Web*. Na página destinada aos dois telejornais, como podemos observar nas fotos abaixo, essa tendência não aparece. Nos dois canais verifica-se um tratamento mais

conservador nos tradicionais espaços de notícias. A bancada nos telejornais da noite ainda é um território sagrado do editorial.



66



67



68

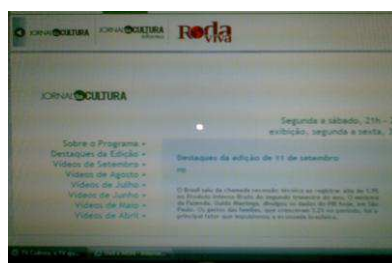
Foto 60 – Site do JN em 2007, as ofertas interatividade apenas na web jamais migram para a TV.

Foto 61 – Site do JN em 2009 não muda a estratégia, apenas a TV envia para a web, sem convergência.

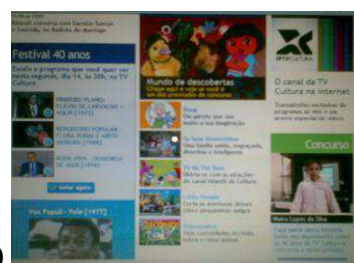
Foto 62 – Site JN 2009 – interação com os apresentadores somente na web.



69



70



71

Foto 63 – Site Jornal da Cultura 2007, a oferta interativa é primária.

Foto 64 – Site JC 2009 apresenta apenas texto e oferta de conteúdo para baixar no micro.

Foto 65 – Site TV Cultura 2009 tem várias ofertas interativas escolha de programação e conteúdo colaborativo (especialmente para programação infantil e institucional), mas nada para o telejornal.

Hoje tanto a TV Cultura quanto a TV Globo e, em geral, as demais emissoras do país, ainda preferem testar experiências interativas em outros formatos informativos. Imagina-se que essas tentativas servem de laboratório para o ambiente interativo que a TV Digital promete configurar nas transmissões abertas no Brasil. Assim, o que vai nos ocupar, efetivamente, é uma análise das experiências interativas do programa Fantástico. Vamos averiguar alguns exemplos de processos de produção envolvendo as equipes de realização e os receptores, como é o caso do quadro “Retrato Falado” (uma narrativa que mistura realidade e ficção para contar, na TV, histórias pessoais de telespectadores que escrevem cartas para a produção, foto abaixo).

Nosso principal objetivo, porém, é a dinâmica do quadro “VC no Fantástico”, iniciado em 2006, e que dele derivou para outro subquadro independente. Hoje é um *hit* de sucesso e adesão do telespectador, especialmente porque trata de um dos temas mais populares, enraizado na cultura brasileira: o futebol de fim de semana, conhecido nacionalmente como “pelada”. Trata-se do “Bola Cheia e Bola Murcha”, iniciado em novembro de 2007, e que já vai completar seu segundo ano no ar. Hoje a média semanal de contribuições, de acordo com

informações da direção do programa, chega a superar 3 mil, o que significa mais de 80 mil vídeos postados por ano no *site* do “Fantástico”, pelos internautas telespectadores do programa⁸⁸.

Nosso estudo acompanhou todas as edições de 2007 a junho de 2009, que foram veiculadas na TV, sendo que, para efeito de análise, selecionamos aquelas edições que demarcaram progressões importantes no *status* que o quadro ganhou na hierarquização interna do sistema de produção, na inserção externa, no âmbito do macro sistema midiático, e na produção e constituição de sentido no sistema simbólico, ou seja, as marcas registradas ao longo de todas as suas operações na midiosfera. Enfim, como já antecipamos vamos buscar os resíduos discursivos ou enunciativos do telespectador, identificar os conflitos entre os filtros, a hierarquização temática, neste caso derivando mais para temas lúdicos, menos áridos, mais entretenimento e a interação simbólica, portanto conflitos entre as rotinas de produção e a promessa de coautoria.



Foto 66 – Frame do quadro Retrato Falado com encenações de uma história real encaminhada por uma telespectadora. Geralmente são histórias pessoais, que são contadas com a participação do autor.

Nossa proposta é identificar as estratégias na relação com o telespectador e, a partir daí, classificar os esforços de interação e os níveis de interatividade no relacionamento da emissora com os telespectadores, como também apurar o fluxo que este conteúdo ganha dentro da redação, os filtros pelos quais passa (pauta, captação, edição), até a formatação final, enquanto texto que é veiculado. Teríamos como procura os espaços/lugares autorais do telespectador, presentes no discurso expresso no produto que vai ao ar, identificando os dispositivos tecnológicos que são usados com horizonte na transição para a interatividade buscada pela TV Digital.

5.1.1.1 Justificativa

⁸⁸ O número incluiu comentários de telespectadores sobre reportagens veiculadas no programa.

Como já suficientemente apresentado nos capítulos anteriores, a trajetória das investigações em televisão não pode ser entendida se não se considerarem as imensas e velozes transformações econômicas, tecnológicas e sociais inter-relacionadas ao desenvolvimento e crescente sofisticação dos produtos televisuais. O mercado televisivo é um mercado de discursos e linguagens sob os quais a midiatização – nessa convergência digital entre televisão (canais abertos e por assinatura), Internet e telefone - vem operando uma reconfiguração significativa tanto do ponto de vista das práticas discursivas, como das sociais. Ora, essa complexificação social e discursiva passa a exigir o desenvolvimento de metodologias também mais complexas e com força heurística suficiente para possibilitarem a interpretação dos fenômenos comunicativos com que hoje se deparam os pesquisadores do campo.⁸⁹

5.1.1.2 Procedimentos metodológicos

Nos capítulos anteriores, levantamos hipóteses e premissas que vão nos referenciar nas análises que vamos empreender a partir desta fase do presente trabalho. Recordemos que a primeira dela diz respeito à nossa proposição de que a digitalização acelerou o processo de intersecção e interdependência entre os sistemas de produção e distribuição com os sistemas de consumo e produção simbólica, gerando, a partir daí, uma ambiência midiática. Nessa ambiência, a relação entre os sujeitos da comunicação e os dispositivos tecnológicos, econômicos e sociais configura uma dinâmica própria, constituindo um espaço virtual, sociocomunicacional, que chamamos de miosfera.

⁸⁹ No meu caso, em especial, essas transformações ganham particular interesse porque, à parte de ser professor e pesquisador, nos últimos sete anos também atuei na direção da TV Unisinos – emissora educativa com transmissões em canal aberto da Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Além disso, estive acompanhando de perto (como participante das equipes tecnológicas que desenvolveram estudos no Brasil sobre modelos de modulação, codificação e recepção com interatividade e das discussões políticas sobre sistemas digitais, como representante da ABTU - Associação Brasileira de Televisão Universitária) o debate sobre todas as implicações trazidas pela transição do sistema de transmissão analógico para o digital, particularmente o processo em curso no Brasil.

Na midiosfera, produtor e receptor dividem um terreno comum de troca cujo modelo comunicacional se articula em dois estágios: o da promessa e adesão (JOST, 2004) e, posteriormente, assegurada a estabilidade de produção e leitura, o contrato. Os esforços constitutivos dessa ambiência são articulados pelos meios (mídias) e propósitos interativos cuja disposição seria promover e facilitar a interação entre os sujeitos comunicacionais. Nesse sentido, os textos que dessa operação resultam emergem de três gêneros genéricos (documental, ficcional e lúdico) ou do gênero transversal (performático), que circula continuamente entre os demais, estimulando efeitos de uma realidade paralela ao mundo natural, ainda que nele se referencie. Acredita-se que o programa “Fantástico”, embora classificado pela emissora como vinculado ao subgênero jornalismo (com entretenimento), se filia, mais apropriadamente, ao gênero performático, sendo que, no âmbito do subgênero informação e jornalismo, propõem-se dois formatos de sistemas de produção da notícia: além do editorial, o colaborativo.

Dessa maneira, na análise do material coletado, será adotado o seguinte procedimento:

- (a) exame das condições de produção e reconhecimento que enformam o programa ou quadro analisado;
- (b) verificação dos tipos de interação estabelecida entre os interlocutores (enunciadores e enunciatários), verificável no relato audiovisual e no seu extratexto, as promessas, adesões e os contratos por eles estabelecidos e suas incidências sobre a produção televisiva jornalística;
- (c) exame da interferência dos meios técnicos de produção, circulação e consumo dos produtos televisivos informativos na realização do produto televisual em análise;
- (d) análise das funções desempenhadas pelas noções de gênero e formatos, no caso o programa de informação classificado como revista eletrônica, no processo comunicativo que se instaura e na estruturação dos produtos televisivos;
- (e) identificação das relações estabelecidas entre lógicas, estratégias comunicativas e discursivas, configurações discursivas e figuras textuais.

Na perspectiva acima descrita, pretende-se averiguar:

- (a) através de descrição dos quadros com proposta de interação, já informado, o efetivo grau da relação entre emissor e receptor e os níveis de interatividade, tendo como referência a participação do telespectador no conteúdo veiculado;

- (b) as articulações que se estabelecem em nível de condições de produção e reconhecimento, com vistas a uma interação num ambiente de interatividade;
- (c) a relação discursiva das emissoras com os telespectadores, em busca de marcas das dinâmicas desses atores e dos sistemas no âmbito da mídiósfera;
- (d) a promessa institucional da emissora, o tratamento e enquadramento verificável;
- (e) as especificidades da gramática televisual aplicada no texto dos quadros com promessas interativas, portanto estratégias discursivas e/ou transformações operadas nos produtos ;
- (f) e, por fim, o nível de grandeza das contribuições autorais do telespectador .

5.1.2 O perfil do “Fantástico”

Fantástico é considerado um fenômeno da televisão brasileira, especialmente pelo tempo que se mantém no ar e, mais ainda, pela audiência. Desde a primeira edição, como já citado, em 5 de agosto de 1973, tem mantido uma faixa de público próxima da metade dos aparelhos de TV ligados das 20h30min às 23hs. Embora a média tenha caído, sobretudo no último ano, com a dispersão da audiência geral da TV aberta para outros meios, como TV por assinatura, DVDs e Internet, o programa segue líder. Não obstante, outros canais abertos vêm recorrendo a programas equivalentes e, mesmo, a reality shows para pressionar ainda mais a disputa pelo telespectador.

É um desafio que faz a equipe de produção explorar ao limite as possibilidades oferecidas pelo formato do programa. Os ingredientes do “Show da Vida”, há 36 anos (considerando 2009 o ano de finalização da presente Tese), se mantêm em intercalar jornalismo e entretenimento, numa mistura que vem apenas ajustando a dose ao tempo, às tendências e à ousadia. De acordo com uma reportagem sobre o Fantástico, publicada na revista criada em 2005, pela própria redação (já sinalizando um movimento das equipes do programa no sentido de ampliar os suportes midiáticos para a distribuição do conteúdo gerado), o programa tem uma natureza tão eclética que, como dizia um dos seus primeiros diretores, José Itamar de Franco (1977/1991), poderia abrigar uma novela, apresentando um capítulo por semana, sem quebrar sua unidade. A mesma matéria define o programa como uma variada revista eletrônica em sete blocos, com seis intervalos, 42 páginas de *script*, que já acumula mais de 3.500 horas de programação e mais de 50 mil arquivos (hoje deve ser muito

mais); já passou por diversos suportes de armazenamento de imagem (película, *u-matic*, *betacam*, digital). No mesmo texto, registra-se que o programa conta com uma equipe fixa de 56 pessoas (38 no Rio e 18 em São Paulo) e um orçamento anual na casa dos 16 milhões de reais. Um *budget* que não pode ser desprezado, mas abaixo do custo de uma novela que fica em média três meses no ar, ou mesmo, uma série de ficção.

A concepção do Fantástico passou por muitas fases; pelo menos quatro períodos são marcantes. Nos anos 1970, foi criado (por José Bonifácio de Oliveira Sobrinho – o Boni), sob o comando da CGP – Central Globo de Produção, sua estrutura base, que contemplava *shows*, musicais e quadros de humor. O jornalismo servia apenas para preencher as lacunas entre uma atração e outra. O propósito original de Boni era combater os programas de Flavio Cavalcanti e Silvio Santos, fortes audiências nos domingos. Foi a flexibilidade da versão original que facilitou as adaptações e, mesmo, as ligeiras mutações que o programa foi sofrendo para atender os desafios dos novos tempos.

A primeira guinada, que marcaria uma segunda fase do programa, deu-se nos anos 1980, com a troca de comando, saindo da CGP e passando para a Central Globo de Jornalismo. Junto com a mudança, inverteram-se também os pesos entre entretenimento e jornalismo na distribuição de espaços de exibição. Foi nesse período que o Fantástico passou a ser considerado um programa da área de jornalismo, com contribuições da linha de *shows* da Central de Produção. O terceiro momento ocorreu em meados dos anos 1990, quando Evandro Carlos de Andrade (vindo do jornal o Globo) assumiu a Central de Jornalismo e promoveu uma mudança, que foi ainda mais radical. A informação de atualidade e, sobretudo, a grande reportagem passaram a ser a principal marca do programa. Como relata a matéria da revista Fantástico, “o jornalismo tornou-se cada vez mais frequente e consistente” (edição de 2006, p. 50). Tudo que remetia às reportagens sobre os avanços da medicina e o que tinha marca de “obsessão sensacionalista com fenômenos paranormais e discos voadores” (que, como lembra a revista, marcou a primeira metade do programa) foi deixado de lado.

Incluiríamos um quarto marco na dinâmica desse formato camaleão: a fase que ganha uma faceta de experimento, de laboratório, especialmente a partir dos anos que marcam o início deste século e do milênio⁹⁰. Trata-se do período no qual a química do jornalismo e

⁹⁰ Em 2006 o “Fantástico” criou um quadro liderado pelo repórter Caco Barcelos e pelo diretor Marcelo Souto Maior: Profissão Repórter. Com a participação de nove jornalistas recém formados o projeto montou três equipes (os jovens nas reportagens operam a câmera). O quadro virou programa semanal de sucesso na grade da emissora.

entretenimento ganha a companhia de conteúdos mais complexos, como física e filosofia, serviços (informações de cunho público) ou temas especializados, como economia e medicina (no programa, trabalhados por profissionais dessas áreas específicas e que não são jornalistas). As séries de ficção e humor submetem-se a um tratamento estético e narrativo específico para o tempo de exibição do Fantástico. E, principalmente, os movimentos na direção de uma interação com o telespectador tomam maior ritmo.

É nesse período que surgem as séries com especialistas, como aquelas realizadas com o médico Dráuzio Varela, com o físico Marcelo Gleiser e a professora de filosofia Viviane Mosé. Os complexos conteúdos foram pensados em episódios, planejados, detalhistas, obedecendo a ciclos de produção e de edição bem mais longos que a rotina dos demais quadros do programa. Na reportagem da revista Fantástico, já mencionada, o diretor geral da Central de Jornalismo (hoje incluindo esportes), Carlos Henrique Schroder, destaca que a *inquietação* é a melhor palavra que define o programa e que “as inovações, como colocar autoridades em suas áreas para falar diretamente com o público, têm sido uma grande marca do programa ao longo de toda a sua existência” (revista Fantástico, ed. 2006, p. 50).

A inquietação estética e narrativa é também apresentada pelos quadros acompanhados pela Central de Produção, por intermédio do Núcleo do Guel Arraes, que se incorpora às equipes de produção de conteúdo durante esta fase. A linha de *Shows*, numa retomada de participação mais intensa, contribui com hibridismos narrativos bastante agudos. Produz quadros que reúnem referentes do documental, da ficção e da ludicidade. Nas séries que cria para o programa carrega um detalhe adicional: a busca pela interação com o público. É assim nos quadros “Minha Periferia”, com Regina Casé, no qual os moradores da periferia enviam vídeos pela Internet, mostrando detalhes e características do local onde moram e que servem de referência para a equipe de produção na gravação de campo. Ou então no quadro que ficou oito anos no ar e que, em 2009, vai dar lugar para uma proposta ainda mais ousada.⁹¹ Trata-se do “Retrato Falado”, que combina realidade e ficção e é comandado por Denise Fraga. As telespectadoras enviam para a equipe de produção (que é terceirizada) suas histórias. As

⁹¹ O novo quadro de Denise Fraga, que começou a ser produzido em agosto de 2009, começa a partir de um Blog, o “Blog da Denise”. O programa, chamado de “Norma”, começa na Internet, no qual a atriz interage com os internautas, oferecendo conteúdos e temas para receber contribuições em vídeos, opiniões e sugestões de roteiros, diálogos, conflitos e indicações dos rumos da história. Depois deste ensaio, a experiência migra para a TV, com estréia prevista para outubro. www.blogdad Denise.com.br

selecionadas serão roteirizadas numa narrativa que vai incluir o depoimento da autora e reconstituições com atores. Retrato Falado constitui uma experiência que elegemos para fins comparativos da sua estrutura narrativa com a estrutura do quadro “VC no Fantástico”, especialmente o “Bola Cheia e Bola Murcha”.

Guel Araes (Revista Fantástico, novembro 2006), considera que, ao contrário da mistura muito variada dos primeiros tempos, da fase puramente jornalística a seguir, agora, novamente, as Centrais de Jornalismo e Produção se aproximam. Na opinião de Araes, quadros como o Retrato Falado, pela mistura de realidade e ficção, “*funcionam muito bem no programa*”. Já para Schroder (diretor geral da Centra Globo de Jornalismo e Esporte, também na Revista Fantástico, novembro 2006), o formato é um aliado também do jornalismo, já que todo o sistema da CGJE conhece a linguagem e que reportagem funciona melhor.

5.1.2.1 Interatividade

O fato é que, graças à flexibilidade desta fórmula, que agrada muito o atual diretor geral do programa, Luiz Nascimento, há quinze anos no comando (e como lembrou em entrevista exclusiva para o presente trabalho)⁹², que tem sido possível trabalhar já há algum tempo o relacionamento com o telespectador. Uma das primeiras experiências tem registro na década de 1990, quando houve um encontro presencial. Foram reunidos aproximadamente cem telespectadores num auditório: pessoas de todo o tipo, selecionadas por uma consultoria por amostragem de classes sociais e níveis culturais, num auditório. No encontro, além de darem opiniões sobre o programa, estavam ligadas a um sistema de escolha por meio do qual suas escolhas sobre temas, reportagens, gols, etc. eram processadas por um sistema central que computava os resultados. Embora esse tipo de experiência siga a metodologia das pesquisas qualificadas, para a equipe do programa foi uma experiência de estar frente a frente com o telespectador até então imaginado.

Depois veio o telefone com a linha direta “Alô Fantástico” (1995), no qual os telespectadores deixavam mensagens numa secretária eletrônica. Em 1997, o programa foi o primeiro a introduzir o *e-mail* como forma de comunicação com os telespectadores. Logo em

⁹² Luiz Nascimento nos recebeu juntamente com os coordenadores Luiz Petry, Frederico Nunes e Leia Paniz, em janeiro de 2008, na sala de reunião do espaço onde fica a redação do programa, na sede da TV Globo, no Jardim Botânico, no Rio de Janeiro.

seguida, adotou-se o sistema de telefonema 0800 para escolhas múltiplas, por intermédio de trinta centrais. Nesse período, experimentou-se a proposta “Quero Mais”, na qual o programa oferecia três temas, e o telespectador escolhia aquele o qual gostaria que fosse aprofundado. Na semana seguinte, uma nova reportagem fazia um avanço (uma suíte no jargão jornalístico) sobre o tema.⁹³ Mais adiante, o “Fantástico” passou a usar com maior intensidade a *Internet*. Fez algumas experiências com Zeca Camargo conversando com internautas brasileiros espalhados pelo mundo. As conversas por meio de portais de relacionamento apresentavam comentários pessoais dos internautas sobre algum tema do dia. A experiência privilegiava brasileiros de passagem ou que estivessem vivendo em locais onde ocorriam eventos internacionais, como as corridas de Fórmula 1.

A primeira ação mais complexa com uso de interatividade ocorreu no projeto Volta ao Mundo no qual, por escolha dos internautas entre três opções, o apresentador Zeca Camargo era deslocado para algum lugar do mundo. Desde o primeiro roteiro, Camargo aguardava ao vivo, no aeroporto, a decisão do público sobre para onde deveria ir. No primeiro ano de experiência do “VC no Fantástico”, iniciado em maio de 2006, a direção do programa percebeu que a resposta do público dependia do tema. Nascimento (2008) lembra que, quando envolvia um *mico* do verão ou *peladas* (jogos de futebol por lazer) de fim de semana, o número de contribuições aumentava.

Nas experiências com imitações e encenações de novela, a equipe do programa vinha tateando para conhecer como seria a reação do público. Logo concluíram que as pessoas queriam se ver na TV. A partir daí, segundo Luiz Nascimento, a integração Internet e TV passou a fazer parte da rotina do programa. Com a entrada dos *peladeiros* (jogadores que participam das *peladas*), que, em novembro de 2007, passaram a contribuir com postagens no *site* do Fantástico para o quadro “Bola Cheia e Bola Murcha”, esse relacionamento ganhou dimensões exponenciais. Os *peladeiros*, somados aos comentários de telespectadores sobre reportagens que acabavam de ver (postados no mesmo dia de exibição do programa e que passaram a ser publicadas na TV em 2009), fazem as contribuições semanais saltarem de 200 vídeos semanais (2007) para picos de mais de 3 mil (como aconteceu no dia das mães de

⁹³ Nesse período, atuando como repórter do Fantástico, em duas ocasiões tive que voltar a campo para retomar o tema de uma reportagem que acabara de fazer para o programa, como o caso de uma mãe que teve seu filho sequestrado pelo pai, levado para o Uruguai em 1998. Depois de mostrar o drama da mãe, o público escolheu que o caso deveria ter continuidade na semana seguinte.

2009) , superando os 30 mil vídeos de contribuição no primeiro semestre de 2009⁹⁴, o que indica uma soma promissora para o final do ano. Essa relação, acredita a direção do programa, levou a uma ponte entre a equipe e o telespectador. Em muitos casos, o telespectador-internauta passou a ser identificado e virou fonte. As trocas de informação são comuns.

A experiência com *Internet* e o crescente envolvimento com o público levaram a expansão do uso de mídias além da televisão para fins de relacionamento com o público e veiculação ampla de todos os conteúdos gerados pela equipe do programa. Foi o caso da já mencionada “Revista Fantástico – O Show da Vida em Revista”⁹⁵, lançada em 2005, que chegou a ter uma periodicidade trimestral. Na publicação, como já informado, os temas abordados remetem a assuntos trabalhados no programa e ampliados nas páginas da revista. Há ainda pequenos textos-reportagem que relatam os bastidores dos principais quadros e artigos assinados por repórteres do programa. Em geral, relatam alguma peculiaridade dos bastidores de matérias que produziram para o programa ou de lugares que visitaram em missão jornalística para o Fantástico. É uma característica que vem reforçar a perspectiva de autorreflexividade postulada por Duarte (2004) e as referências institucionais de atualização da promessa indicadora do gênero do programa tal como sustenta Jost (2004).



Foto 67 – Registro de imagens das capas de 5 edições da revista impressa do *Fantástico*.

⁹⁴ Dados apresentados pela direção do programa em encontro presencial, no dia 24 de junho de 2009, na redação do programa, na sede da Rede Globo, no Jardim Botânico, RJ.

⁹⁵ Além da revista, o conteúdo gerado pelo programa resulta em DVDs e publicações de livros, como o caso das séries especializadas de medicina, física, séries como o Retrato Falado e entrevistas especiais.

Quase que numa relação de causa e efeito, como consequência desse movimento, a equipe rumo em direção a uma estratégia de distribuição multiplataforma. Além da TV, *Internet*, da revista impressa (da qual já falamos), cria um canal específico com conteúdo diário exclusivo para o internauta batizado de Canal F. Veja-se o exemplo:



Relembre a versão sambista de Mussum no Fantástico O parceiro do nosso Didi, Renato Aragão, Dedé Santana e Zacarias também eram do samba. Canal F presta homenagem ao eterno trapalhão.



Passeio em superlimousine Hummer custa US\$ 1000 Canal F mostra mais imagens do carro luxuoso com clima de boate, que virou moda em Nova York.



Repórter do Fantástico conta como escapou de atentado à bomba no Paquistão Em entrevista ao Canal F, Marcos Uchôa conta como foi visitar uma das áreas mais explosivas do planeta: o lugar onde os extremistas talibãs tentam implantar sua lei de violência e terror.



Brasileiro vive com dois corações há 16 anos Essa história, que você confere com exclusividade no Canal F, é semelhante à de uma jovem inglesa.



Conheça o perfil dos concorrentes à última vaga de 'No Limite' A próxima edição do programa está chegando. Já se decidiu entre os dois Marcelos? A votação vai até domingo.



Canal F mostra novas provas de que o homem foi à Lua. Para não ficar nenhuma dúvida sobre esse feito da humanidade, o Canal F volta ao tema, mais uma vez, com a ajuda da ciência.⁹⁶

Figura 8 – Trata-se da reprodução em Word da arquitetura do espaço Canal F – um canal web dedicado aos pedidos e contribuições dos telespectadores do programa.

Institui-se assim um processo de relacionamento e interação que vai resultando ainda em novos quadros no programa de TV como o “Investigador Virtual”, no qual os internautas levantam questões polêmicas. Um exemplo recente é a suposta hipótese de que a foto do homem na lua era uma fraude e que a produção do programa, por meio de depoimentos e informações pesquisadas, comprova a autenticidade daquele documento histórico. O novo quadro é exibido com o apresentador diante da atualíssima tecnologia de uma tela touchscreen. Na mesma direção, a equipe abre outro espaço de comunicação no site destinado

⁹⁶ Disponível em: <<http://fantastico.globo.com/Jornalismo/FANT/0.17186.00.html>>.

a acolher sugestões de pauta do telespectador-internauta. É o “Emplacou” (exemplo abaixo), que exibe reportagens ou resgates do arquivo do programa exclusivamente para atender a demanda do público.

/ quadros do fantástico / Emplacou



Uma área exclusiva para reportagens feitas a partir de sugestões enviadas por *e-mail* ou pelo *twitter* do Show da Vida.



Regina Martelli aponta os erros e acertos ao usar cachecol Estilista da TV Globo ensina diversas maneiras de se usar o acessório.



Clara Nunes vive na memória de internautas e em novas vozes da MPB Estilo da ‘Guerreira’, que já gravou muitos clipes para o Fantástico, é lembrado no repertório de cantoras da nova geração.



Zebrinha do Fantástico ainda é lembrada por fãs do programa Mascote que ganhou fama no Show da Vida já passou apuros no ar e recebeu título de 'Cidadã-carioca'.



Com CD novo, Pitty usa Twitter para se comunicar com fãs Seguidores da roqueira baiana lotam caixa de *e-mails* do Fantástico pedindo reportagem sobre seu novo álbum, "Chiaroscuro".



Fãs de Crepúsculo são os recordistas de pedidos no Fantástico Vários fãs-clubes da série, espalhados por todo o Brasil, escreveram para o programa sugerindo uma reportagem sobre a série.



‘Ser modelo é mais difícil do que pensava’, confessa a vencedora do Menina Fantástica Internautas do Fantástico querem saber por onde anda Regina Krillow. Vencedora do concurso está malhando e diz que tem orgulho de ganhar seu próprio dinheiro.



Toque de recolher para menores vira hit na Internet Estudante de Ilha Solteira (SP) pega carona em reportagem do Fantástico e cria letra de música sobre a polêmica medida. Com a ajuda de amigos, ele chegou a produzir um videoclipe.



Chico Xavier: sete anos sem o líder da doutrina espírita no Brasil Sugestão de internauta sobre obra do maior médium brasileiro emplaca reportagem no nosso *site*. Filme sobre vida de Chico Xavier começa a ser gravado no Rio de Janeiro.

Figura 9 – Trata-se de reprodução em Word da janela no site do fantástico destina a listar pautas que foram executadas a pedido dos telespectadores do programa.

O que nos interessa, sobretudo, nessa articulação tanto do canal F quanto da pauta (Emplacou) para reportagens exclusivas do site, é perceber o processo evolutivo da interação entre a equipe de produção do programa que, embora vá ganhando contornos próprios, constitui-se a partir da ambiência que configura. Obedece, portanto, às dinâmicas presentes na mídiósfera, tal qual postulamos. E nesse caminho o próximo movimento, como informou o diretor Luiz Nascimento no encontro de julho de 2009, será distribuir o conteúdo para o telefone celular. Acredita-se, assim, que, por tudo apresentado até aqui, mostra-se evidente que o programa em questão se apresenta como um dos mais, senão o mais adiantado no sistema de televisão do Brasil, que experimenta as múltiplas operações possíveis na ambiência midiática, sobretudo no que diz respeito à mobilização de espaços interativos, com vistas às interações mediadas com os telespectadores. E, ainda que engatinhe em alguns processos de interação, oferece elementos promissores que passaremos a analisar.

Como já dito, vamos nos deter no quadro “VC no Fantástico”, mais especificamente “O Bola Cheia e Bola Murcha” que atualmente chega a seu segundo ano de experiência. Para afeito de referência com o pressuposto de ajudar comparativamente para a compreensão de algumas dinâmicas no que se refere às questões de gênero, narrativas e autorais, vamos partir de uma averiguação da experiência do quadro “Retrato Falado”, que é elaborado pela Central de produção. Seguindo a metodologia apresentada, nessa primeira parte do capítulo vamos apresentar uma descrição dos quadros que serão analisados mais detidamente na segunda parte. Ainda para fins metodológicos, esclarecemos que, na parte descritiva, vamos lançar mão do formato de apresentação usado nos roteiros de ficção e nos scripts de programas, recorrendo também aos ícones comuns aos códigos próprios da comunicação no mundo da TV.

5.1.2.2 Descrição do “Retrato Falado”

O “Retrato Falado” esteve no ar durante mais de oito anos. Transformou-se numa série na qual a atriz Denise Fraga passou a interpretar, com humor, histórias reais do universo feminino que chegavam às equipes de produção por meio de cartas, *e-mails* e com depoimentos gravados em vídeo. Mais de 30 dos 170 casos narrados por mulheres de todas as regiões do país foram transformados em episódios da série. A narrativa televisual reuniu depoimentos das pessoas que viveram o fato, a história que é contada, com reconstituições

encenadas por Denise, encarnando o papel da protagonista, e outros atores convidados para ajudar na composição ficcional. Um híbrido de realidade e ficção que ajuda na ilustração da história audiovisual.

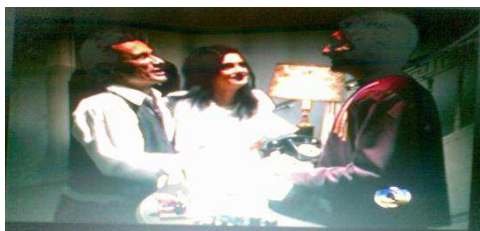


Foto 68 – Frame da sequência do Hotel.

Vamos descrever agora o roteiro com os diálogos dos trechos encenados na reconstituição ficcional, falas gravadas em depoimento das pessoas que viveram a história no mundo natural, acompanhado de *frames* (quadros eletrônicos compostos por pixels, extraídos das imagens em movimento equivalentes ao fotograma no cinema e fotos) da versão de imagens em movimento do vídeo original. Escolhemos, entre os episódios de 2006 e 2007, o deste último ano, no qual as rotinas de produção já estão mais consolidadas.

Episódio 14/01/2007- “Noivos à moda antiga”. Tempo 10h06min.

Abertura (cabeça dos apresentadores)

Glória Maria (Apresentadora)

*Eles eram noivos à moda antiga. Esperaram oito anos pela primeira noite de amor,
mas na hora “H”, sabe como é que é né?*

(Câmera faz uma varredura lateral da esquerda para a direita, enquadra no mesmo primeiro plano outro apresentador, Zeca Camargo, e depois abre zoom da câmera e enquadra os dois – evidenciando que a cabeça do quadro foi gravada com câmera única antes do programa).



Foto 69 – Frame dos apresentadores Zeca Camargo e Gloria Maria.

Zeca Camargo (Apresentador)

Quem vai contar e representar esta angustiante e divertida história da vida real é a Denise Fraga”.

(Roda vinheta de abertura do quadro, composta por um mosaico de *frames*.)



Foto 70 – Frame registra Denise Fraga na abertura do quadro “Retrato Falado”.

Introdução (Narrativa com a Denise Fraga como pessoa)

Denise

Hoje o Retrato Falado vai contar a história de Rita Maria de São José do Rio Pardo, de São Paulo. A Rita Maria não precisou de muito tempo para se apaixonar pelo Agenor. Mas o coitado do Agenor sabe bem o tempo que teve que espera para consumir este amor.

(Roda vinheta com créditos e inicia o roteiro da história.)



Foto 71 – Frame mostra vinheta do Retrato Falado.

Depoimentos (fala dos proponentes e autores)

(Argenor fala para a câmera como ocorre numa gravação jornalística, na sala da casa dele, num plano médio que o mostra sentado no sofá da sala.)



Foto 72 – Frame registra o depoimento de Agenor.

Fala (em depoimento) Agenor Ribeiro

Tudo começou no dia 27 de novembro de 1965, num baile ao som de Roberto Carlos.

(Final da fala passa a ser em *off*, ilustrada por uma reconstituição encenada na qual Denise, que é atriz, executa o papel de Rita, seguindo as referências descritas por ela na carta enviada ao programa. O som logo funde para o ruído ambiente e diálogo do atores que se encontram, quando ele se senta à mesma mesa à qual ela está sentada.)

Ator (no papel de Agenor)

Com licença... Você não acha um desperdício Roberto Carlos aqui cantando e a gente apenas conversando?

Denise (no papel de Rita)

Acho... Mas o que é que a gente pode fazer.

Ator (no papel de Agenor)

Quem sabe uma dança?



Foto 73 – Frame registra o depoimento de Rita Maria quem mandou a carta.

Fala (em depoimento) Rita Maria

Ele era chamado de Agenorzinho. Todo mundo o conhecia como Agenorzinho.

(Funde para imagens da reconstituição encenada dos dois dançando ainda no cenário do baile.)

Ator (no papel de Agenor)

O seu nomezinho qual é?



Foto 74 – Frame mostra cena de reconstituição do encontro do casal que viveu a história.

Denise (no papel de Rita)

Rita Maria (pausa), mas pode me chamar de Ritinha.

Ator (no papel de Agenor)

E eu posso te chamar para um cineminha?

Denise (no papel de Rita)

(pausa) *Pode. E eu vou aceitar.*

Fala Agenor Ribeiro

E marcamos um encontro no cinema.

(Fusão para imagem de reconstituição com os atores num cenário de sala de exibição de cinema)

Ator (no papel de Agenor) passa o braço sobre o ombro da atriz.

Você não acha um desperdício a gente aqui num lugar tão escurinho vendo filme?

Denise (no papel de Rita)

Acho (pausa, enquanto ele com a outra mão segura na mão dela), mas o que é que a gente pode fazer?

Ator (no papel de Agenor)

Pra começar, quem sabe, um beijinho?

Denise (no papel de Rita)

Aceito.

(Os dois se beijam.)



81

Foto 75 – Frame mostra cena de reconstituição do beijo do casal.

(Fala 3 - começando em *off* sobre as imagens do beijos reconstituídos pelos atores)

Fala Rita Maria

Aí ele beijou. Foi um beijo tão longo que não acabava mais.

(Entra uma meta narrativa, com locução de um narrador em *off* ilustrado por uma animação em que representa uma tela de cinema sobre a qual são exibidas cenas de beijos clássicos da filmografia americana.)

Narrador em *off*

O beijo mais longo do cinema foi dado por Jane Wyman e Regis Toomey, no filme a serviço de sua majestade, de 1941. Ele durou três minutos e cinco segundos.

Denise (no papel de Rita)

Nós namoramos oito anos.

(cena no cinema: aparece terceiro ator como lanterninha da sala de cinema.)

Lanterninha

Vocês não têm vergonha?

Há oito anos que vocês vêm aqui e é beija, beija, beija, só beija.???

Ator (no papel de Agenor - câmera corta para PP dele)

Então conversa com ela. Conversa com ela, eu já falei pra ela.

Eu por mim eu faria outras coisas, não é?

Denise (*travelling* ou passeio curto da câmera para o personagem Rita)

Mas eu já falei que fazer outras coisas só casando.

Lanterninha (em plano de conjunto com os três em quadro)

E agora, hem, seu Agenorzinho?

Ator (no papel de Agenor) – (pausa)

Diga ao povo que eu caso.

Denise (no papel de Rita – ela grita de surpresa e satisfação)

Fala Agenor Ribeiro

E chegou a um ponto que eu não aguentava mais. Ou eu caso ou eu vou ficar louco.

(Cenas de ambiente no final de um casamento no qual os atores - casados - já saem em disparada.)

Ator (no papel de Agenor)

Vamos para a lua de mel.

Denise (no papel de Rita)

A festa ainda não acabou, eu nem joguei o buquê.



Foto 76 – Frame mostra cena de reconstituição do casamento.

Ator (no papel de Agenor)

Vamos lá. Leva o buquê. Vamos.

Fala Rita Maria

A pressa dele era da gente viajar.

(Ator praticamente jogando-a para dentro de um fusca)

Denise (no papel de Rita)

Pra que tanta pressa? Parece que vai tirar o pai da força.

(Ator fechando a porta do carro antes de se encaminhar para o outro lado, o do motorista.)

Ator (no papel de Agenor)

Oito anos e uma hora.

(trilha sonora de passagem de tempo, sequência corta para plano dos dois dentro do carro, numa cena gravada em estúdio e simula o carro em movimento. Ele olha para ela. Sorri e se lança pra cima dela, abandonando, por rápido instante, o volante do veículo).

Ator (no papel de Agenor)

Minha queridinha vem cá...



83

Foto 77 – Frame mostra cena de reconstituição da investida so marido sobre a mulher dentro do carro do casal.

(Ela grita porque o carro fica desgovernado. Ele retoma o controle do veículo.)

Denise (no papel de Rita)

Olha pra frente, Argenor. Ai...

Fala Rita Maria

Estava tendo um Congresso em Poços de Caldas. Então, os hotéis (estavam) lotados.

Nós passamos por 17 hotéis, dezessete hotéis (pausa), nada.

(Retorna a encenação, enquanto ela arruma o cabelo, usando o espelho do carro. Ele entra pela porta do motorista.)

Ator (no papel de Agenor)

Nada!

(Os dois fazem uma expressão de desolação – som de trilha)

Fala Rita Maria

Nós fomos para Passinho do Rio Verde, nada também.

(Retorna a encenação enquanto ela entra no carro. Ele entra pela porta do motorista.)

Ator (no papel de Agenor)

Nada

Denise (no papel de Rita)

Ahhhhzzz!

Fala Rita Maria

Fomos para Água da Prata, nada de hotel, nada.

(Retorna a encenação, ela já sentada no lado do motorista. Ele entra.)

Denise (no papel de Rita)

Nada?

Ator (no papel de Agenor)

Nada... nada! (desolado) Hahhhh! Quer saber de uma coisa?

Denise (no papel de Rita)

Hummm?

(Ele investindo para cima da personagem dentro do carro.)

Ator (no papel de Agenor)

Vai ser aqui mesmo. Meu amorzinho, meu amorzinho, vai ser agora.

Denise (no papel de Rita)

Agenor. Agenor, por favor, no carro não!

Ator (no papel de Agenor) - (recuando)

Está certo, está certo. Eu aguento, eu aguento até a próxima cidade. (Olhando para o infinito da estrada). Oito anos, três horas e 53 segundos.

Fala Rita Maria

E aí nós fomos a São João da Boa Vista.

(Retorna a encenação, em recepção de hotel. Os dois personagens entram, reconstituindo a situação.)

Ator (no papel de Agenor)

Um Quarto, pelo amor de Deus!

Denise (no papel de Rita)

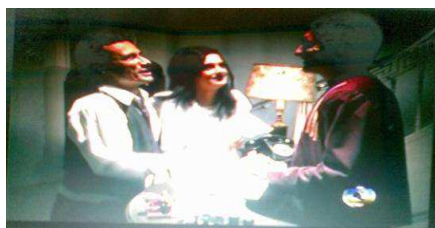
Calma!

Recepcionista

Boa noite, senhor.

Ator (no papel de Agenor)

Boa noite.



84

Foto 78 – Frame mostra cena de reconstituição do casal na recepção do hotel.

Recepcionista

Nós estamos lotados.

(O ator, que simula ser Argenor, investe para cima do Recepcionista, segurando-o pelo colarinho).

Denise (no papel de Rita)

Calma!

Ator (no papel de Agenor)

O senhor não está entendendo. Eu estou na nossa lua de mel.

Estou esperando há doze horas e trinta segundos.

Recepcionista

Eu não posso fazer nada.

Ator (no papel de Agenor)

Eu mato ele. Eu vou matar ele.

Denise (no papel de Rita)

Calma!

Ator (no papel de Agenor)

Me arruma um quarto. Me arruma um quarto.

Fala Rita Maria

Ele disse que tinha um quarto, mas que era novo e estava cheirando a verniz.

Fala Argenor Ribeiro

É meu, é meu, é meu!

(Retorna a encenação. Os dois entram no quarto. Ele entra com ela no colo. Rita Maria em *off*, enquanto se desenrola a ação na entrada no quarto)

Fala Rita Maria

No quarto tinha duas camas de solteiro.

Ator (no papel de Agenor)

(Diz palavrões que são abafados por um bipe.)

Denise (no papel de Rita)

Calma, Agenor! A gente tira essa mesinha daqui. A gente junta as duas camas e põe um cobertor e vira uma cama de casal.



Foto 79 – Frame mostra cena de reconstituição do casal no quarto de hotel.

(Corta para nova cena, com as camas já juntas. Ela de *langerie*, deitada.)

Denise (no papel de Rita)

Você não acha um desperdício sua mulherzinha aqui deitada e você aí de pé.

Ator (no papel de Agenor)

Acho, mas o que é que a gente pode fazer?

Denise (no papel de Rita)

Pra começar...

(Ela o puxa pela gravata para cima da cama)

Fala Rita Maria

De repente

(Volta para cena dos dois sobre a cama, Rita continua em *off*.)

Fala Rita Maria

Na hora H, a cama se abriu e nós dois caímos.

(som de grito dos dois atores)

Denise (no papel de Rita)

Aí machucou. Ai tá doendo; tudo bem.

Ator (no papel de Agenor)

Ai.Tudo?

Denise (no papel de Rita)

Tudo.

Ator (no papel de Agenor)

Como assim tudo, tudo mesmo? Não sobrou nada?

Denise (no papel de Rita)

Não. Estou toda roxa.

Ator (no papel de Agenor)

Você está brincando.

Fala Rita Maria

Olha, sem brincadeira, realmente não teve condição. Acabou o clima.

(Retorna a encenação: os dois no quarto, cada um em uma cama.)

Denise (no papel de Rita)

Boa noite, amor. Amanhã a gente vai para São Vicente. Lá eu conheço um lugar onde você vai poder fazer aquilo pelo que esperou por tanto tempo. Tá bom?

Fala Rita Maria

Ele esperou tanto que ele estava insuportável.

(Retorna a encenação: os dois no carro no qual o personagem dispara uma saraivada de palavrões enquanto dirige)

Denise (no papel de Rita)

Calma, Agenorzinho!

Ator (no papel de Agenor)

Calma? São oito anos, oito anos.

(Corta para cena dos dois entrando num quarto com cama de casal. O ator vai direto para a cama e testa.)

Ator (no papel de Agenor)

Muito bom. Muito bom.

Denise (no papel de Rita)

Olha a cor deste quarto.

Ator (no papel de Agenor)

Ajustar a luz.

Fala Rita Maria

O Argenor não estava ligando para cortina, para roupa de cama.

Cor do quarto, pra nada. Ele queria ir pros finalmente.

(Ela caminha até a janela.)

Denise (no papel de Rita)

Olha, tem uma lua. Vem ver a lua, Argenor.

Ator (no papel de Agenor)

Amor, a lua está ótima. Ótima. Meu amor, o cheiro, o cheiro está ótimo

(Ele investe pra cima dela na sacada da janela).

Denise (no papel de Rita)

Pára. Pára.

Ator (no papel de Agenor)

Loucura, loucura.

Denise (no papel de Rita)

Argenor, pára, pára, tem um homem olhando a gente. Olha!

Fala Rita Maria

Era um homem de chapéu olhando a gente de outro edifício.

Ator (no papel de Agenor)

*Tá olhando o quê? O tarado tá pensando o que? E se fosse você?
São oito anos e nada! Que vê homem pelado, (tirando a roupa) quer?
Eu tiro a roupa.*

Denise (no papel de Rita)

Tá louco?

Ator (no papel de Agenor)

Tô enlouquecendo... Chega! Eu tô maluco.

Fala Rita Maria

Acabou o clima. Acabou, não teve jeito né?

(Corta para cena dos dois acordando no dia seguinte. Ela caminha até a janela.)

Denise (no papel de Rita)

Não é possível. Agenorzinho? Agenorzinho, acorda, bem.

Ator (no papel de Agenor)

Amorzinho!

(Ele voltando a investir sobre ela)

Denise (no papel de Rita)

Não, agora não. Tem uma coisa aqui na janela, vem cá.

Ator (no papel de Agenor)

O que é? O que é?

Denise (no papel de Rita)

Vem cá ver.

Ator (no papel de Agenor)

Quer dizer que aquele desgraçado continua lá olhando?

Denise (no papel de Rita)

Continua.

Ator (no papel de Argenor)

Não é possível.

Fala Rita Maria

O homem que a gente tinha visto à noite era uma chaminé.

Não era homem, era uma chaminé. Sabe, essas chaminés que tem aquele, aquela cobertura, assim né, come se fosse um chapéu?

(corta para cena dos dois na janela)

Ator (no papel de Agenor)

Então foi por isso que eu perdi minha noite de núpcias.

Denise (no papel de Rita)

Foi e agora o que é que a gente vai fazer?

Fala Agenor Ribeiro

Pensei assim, agora vamos. É agora ou nunca.

(tirando o pijama)

Ator (no papel de Agenor)

Agora, é agora ou nunca. Agora é agora ou nunca.

Eu quero é agora. Agora

(Novamente investe pra cima dela, quando começam as carícias alguém mexe na maçaneta da porta do quarto.)

Fala Rita Maria

Começou o trinco a se mexer.

Denise (no papel de Rita)

É um ladrão.

Ator (no papel de Agenor)

Pode entrar que eu mato.

(entra a camareira)

Camareira

Perdão, meu senhor, eu não sabia que tinha gente no quarto.

(Camareira sai, e Denise recompõe a roupa.)

Denise (no papel de Rita)

Não tem problema, a gente já tava de saída, não é, bem?

Ator (no papel de Agenor)

Saída?

Rita Maria

Com o susto, nada outra vez. Nada. Não deu.

Aí eu já estava com dó do Agenor.

(Corta para imagens dos dois de mãos, andando na praia.)

Denise (no papel de Rita)

Amorzinho, calma. Tudo ainda vai acontecer.

Ator (no papel de Agenor)

Rita Maria, se você me pedir calma mais uma vez, eu tenho um troço.

Denise (no papel de Rita)

Nem inventa. A praia está deserta e não vai ter ninguém pra me ajudar.

Ator (no papel de Agenor)

Verdade, a praia está deserta e não tem ninguém.

Denise (no papel de Rita)

É.

Ator (no papel de Agenor)

Não tem ninguém por perto.

Tá deserta. Vai ser aqui. Vai ser agora. Vem cá, minha querida.

Rita Maria

Com o Agenor é assim. Ele quer, ele quer. Não adianta.

(imagem dos dois nas preliminares)

Rita Maria

Então foi ali na praia. Num lugar bem afastado. Foi ali na praia, né?

(Corta para Agenor e Rita em quadro.)

Agenor Ribeiro

Foi bom pra você?

Rita Maria - (ri)

Foi muito bom.

(Corta para Denise no mesmo quadro no qual iniciou o programa.)

Denise

Hoje contamos a história da Rita Maria. A próxima pode ser a sua. Escreva pra gente.

Esse formato apresentado no episódio acima descrito respeitou invariavelmente a mesma estrutura narrativa para a apresentação na TV das histórias reais. Para revista do Fantástico, Denise Fraga computa mais de 170 histórias de mulheres de diversas díades, classes sociais e de todas as regiões do país, sendo que 30 dessas histórias foram transformadas no livro “Retrato Falado – Histórias Fantásticas da Vida Real” (editado pela editora Globo).

5.1.2.4 Descrição do quadro “VC no Fantástico”

O quadro “Bola Cheia e Bola Murcha” deriva do quadro interativo “VC no Fantástico”⁹⁷, que foi introduzido no cardápio de atrações do programa no segundo semestre de 2007. Para fins de compreensão do processo de desenvolvimento da experiência, antes de uma descrição específica do quadro que vai nos ocupar, vamos fazer um resgate das primeiras tentativas com esse tipo de conteúdo colaborativo, com o uso dos dispositivos interativos da Internet e os processos discursivos que produzem os efeitos de interação entre a emissora e o telespectador. Inicialmente, há uma convocação para a participação dos internautas no site do programa na *Web*. Nele gera-se um espaço exclusivo para a interação prometida, e são

⁹⁷ O ícone “VC”, indicativo de “você” vira referente de todas as iniciativas interativas em todos os programas da emissora que passam a experimentar o conteúdo interativo, particularmente os jornalísticos. Serve também a outras emissoras, como é o caso da TV Cultura, que criou o “VC na Tevê” como quadro de um programa infantil.

oferecidos os recursos de postagem de conteúdo colaborativo, cujo processo adota dispositivos de upload comum aos portais, blogs e microblogs de publicações de vídeos e às redes sociais (de relacionamento), chamadas de Web 2.0, e que cada vez mais atraem a atenção dos jovens brasileiros (*You Tube, Orkut, My Space, Face Book, Twitter*). Depois, o convite é feito abertamente na edição dominical da TV.

Pedro Bial (Vivo) ⁹⁸

“Agora um convite.

Que tal fazer parte do Show da Vida?

Mostrar seu talento aqui no programa.

Ajudar a fazer o Fantástico.

É gravar e mandar um vídeo pra cá.

Domingo passado lançamos um desafio propondo um tema.

Quem seria capaz de imitar Elvis Presley?

Dos vídeos que chegam, destacamos três.”

Logo a seguir, entra a vinheta do quadro “VC no Fantástico”, e o apresentador descreve as imagens dos vídeos caseiros enviados à produção. Uma resposta ao pedido por contribuições de performances domésticas para lembrar o cantor, fenômeno do *rock* nos anos 1960, Elvis Presley. A escolha do tema obedece a uma agenda comum nas revistas, que é a remissão ou registro de efemérides, no caso, datas que marcam eventos envolvendo celebridades (aniversário, morte, etc.). Na revista eletrônica, não foi diferente. O apresentador (que, apesar de figurar no grupo dos repórteres mais respeitados do jornalismo televisual brasileiro, ficou muito mais conhecido pelo público graças ao desembaraço e habilidade com que conduziu o *reality show Big Brother Brasil* em todas as suas edições) narra em *off* os três vídeos selecionados, exibindo as imagens e o som originais enviados pelos internautas. Sim,

⁹⁸ O ícone (*vivo*), na prática, do *script* televisivo indica o texto que o apresentador lê direto para a câmera nas transmissões ao vivo, ou mesmo, gravadas como se fosse uma emissão direta, assim como (*off*) indica o texto que é narrado (valendo apenas o áudio) para ser ilustrado por imagens gravadas previamente. Na mesma linha (*sobe som*), quer dizer o áudio direto gravado em momentos naturais ou espontâneos das fontes, personagens e ruídos ambiente. (*Sonora*), por sua vez, refere-se a trechos de entrevistas ou depoimentos nos quais houve uma pergunta, uma questão, uma indução. E o exemplo apresentado nesta página é da edição do segundo domingo de setembro de 2007.

internautas porque é como a própria redação se refere, na primeira edição do quadro, a esse público que se comunica com a produção do programa por meio da *Web*. Essa distinção também é evidenciada na forma como os vídeos são exibidos. Uma moldura (*frame* abaixo) semelhante à forma gráfica com que os audiovisuais são exibidos na Internet cumpre o papel de destacar a baixa resolução da imagem, em relação àquela que o telespectador está acostumado a ver na TV, como também a origem da produção. Durante a narração, os autores dos vídeos são identificados, e seu desempenho adjetivado.

Bial (off)

“Luís Sanchez arrasou cantando

“Is now or never”.

(sobe som original)



Foto 80 – Frame mostra cena de reconstituição.

Bial (off)

*Marcio Marchetti foi mais discreto,
mandou uma versão acústica de Love me
Tender.*

(Sobe som original)

Bial (off)

*Rafael Pereira da Silva não deixou por
menos, enviou três vídeos.*

(sobe som original)

Após a exibição dos vídeos, que, no jargão das redações, se chama VT (numa referência ao videoteipe, mas que significa, neste contexto, um substantivo do material

editado pronto para ir ao ar),⁹⁹ volta para o apresentador no *set* (cenário) do programa onde, olhando para a câmera, ele lê um texto de fechamento do assunto, conhecido no telejornalismo como pé de página. Outra vez a preocupação é convocar o telespectador.

Bial (vivo)

E você não quer participar.

Vamos lá.

Acesse no endereço eletrônico

www.globo.com/fantastico

e mostre seu talento.

Nas semanas seguintes, o tema proposto é autorreflexivo. Aborda o mesmo enquadramento de reportagens do programa que tratam e ajudam a promover a novela das oito na emissora. Como detalhado no capítulo anterior, trata-se da teledramaturgia “Paraíso Tropical”, cujas protagonistas são interpretadas pela atriz Alessandra Negrini. Mas, para chegar àquele resultado, verificado no terceiro capítulo deste trabalho, o diálogo entre a redação do “Fantástico” e os “internautas” deu-se em dois tempos. Na primeira chamada, o público que contribuiu não imitou as atrizes como foi pedido (o que vai acontecer na semana seguinte), mas, como reflexo da convocação anterior, gravou performances domésticas de músicas brasileiras. Importante observar, nesse exemplo, o cuidado da redação em alimentar uma conversa virtual com o agora telespectador-internauta.

Bial (Vivo)

Você no Fantástico.

Muita gente quis participar do Show da Vida e enviou o seu vídeo esta noite.

Ninguém ousou imitar Thais e Paula, personagens de Alessandra Negrini e Paraíso Tropical, mas no tema livre veio todo o tipo de assunto. Destacamos dois vídeos.

O primeiro de Gustavo da Silva ao violão e com o acompanhamento do filho de cinco anos. Os dois cantam Chico Buarque.

⁹⁹ Hoje, com a digitalização, o suporte físico que armazena o conteúdo audiovisual é disco ótico ou cartão de memória, ou, mais recentemente, um código, já que o material é arquivado num servidor central.

(Sobe som do vídeo)



Foto 81 – Frame mostra vídeo doméstico de performance musical de pai e filho.

Na sequência, o apresentador narra em *off* outro vídeo de uma pessoa que treina *box* e é incentivado pela mulher: - “*ai Balboa*”. Percebe-se aqui que a contribuição do telespectador-internauta não segue a lógica temática que o quadro procura imprimir, mas serve aos propósitos da promessa de que aquele espaço é destinado ao público e que o humor e o despojamento também tendem a ser critérios de veiculação. Na semana seguinte, vem a resposta ao esforço dialógico (no sentido atribuído por Machado à noção de Bakhtin) da redação. As colaborações, desta vez apresentadas por Zeca Camargo, atendem ao pedido de encenações similares às vivenciadas pela atriz Alessandra Negrine (*frame* abaixo).

Zeca Camargo (Vivo)

*Chegou a hora de abrir a galeria de vídeos
do Fantástico e de revelar o talento
de quem faz o Show da Vida. Você!
(entra a vinheta do “VC no Fantástico”)*



Foto 82 – Frame mostra cena da telenovela com a atriz Alessandra Negrine.

O vídeo segue com a narração em *off* do apresentador, chamando a atenção de que as imagens profissionais da atriz, na telenovela, são exibidas no interior do mesmo grafismo distintivo do quadro “VC no Fantástico”, reservado às imagens amadoras. Seguramente, é um critério natural de edição, já que a sequência faz parte do mesmo VT, mas que pretende

indicializar ao telespectador-internauta que aquele é um espaço de diálogo. O destaque feito pela equipe do “Fantástico” encontra resposta. Na encenação apresentada pelo telespectador-internauta (exemplo no *frame* abaixo), há corte de câmera e edição. A duas personagens, a exemplo da novela, contracenam na narrativa.

Zeca (Vivo)

Domingo passado o Fantástico pediu para você fazer uma boa reinterpretação das gêmeas Paula e Tais, vivida por Alessandra Negrine na Novela Paraíso Tropical. Teve gente que caprichou. Colocaram até outros personagens na cena.



Foto 83 – Frame mostra cena de encenação da telenovela produzida e enviada por telespectadores.

O vídeo usa recursos cênicos como figurino e penteado diferenciados. Obedece às técnicas comuns à linguagem audiovisual aplicada na TV. A evolução promissora dos propósitos de interação, observada na continuação da abordagem do tema, já a acompanhamos no terceiro capítulo. Todavia, após tal resultado, o programa opta por manter a chamada por contribuições performáticas. É assim na semana do vídeo de “Castelo Assombrado”, na série das “Carretas” ou nos flagrantes de animais domésticos que dançam, batem palmas e cantam.¹⁰⁰ Destaque-se que, para estimular o público, a equipe do “Fantástico” mostra imagens (animais) ou fotos (caretas) de outros países. A tendência ao bizarro ou a brincadeira (ludicidade) evidencia-se nesse período quando a exibição do “VC no

¹⁰⁰ Vídeo de Castelo Assombrado e de Caretas – com algumas captações na rua e fotos de um concurso na Inglaterra, valorizam de certa maneira o bizarro. Nessa primeira fase o quadro prioriza contribuições de performance artística, atividades de lazer praticadas pelos telespectadores, comportamento de animais domésticos, mensagens para o dia das mães e, mais tarde, comentários sobre as reportagens veiculadas no programa.

Fantástico” das caretas mostra fotos da chinesa mais rica do mundo e, apesar de se tratar de uma mulher casada, a produção convida o público a fazer uma declaração de amor, justificando por que seria um bom partido para a “*jovem ricaça*”. Lembra que a chinesa é casada, mas propõe que, por um instante, o telespectador pense que ela não seja. E acrescenta, na apresentação de Pedro Bial, “*solte sua imaginação*”. Entretanto, na semana seguinte, na qual mostra imagens dos animais domésticos, o movimento já é em sentido inverso. O programa conclama os telespectadores-internautas a mandarem sugestões para o novo quadro de Regina Casé sobre periferias. “*Mande um vídeo esperto mostrando o melhor da sua periferia para Regina Casé*” pede o apresentador, logo reforçando a prática de contribuição: “*é só entrar no site e mandar pra gente [...]*”

5.1.2.5 Descrição do “Bola Cheia e Bola Murcha”

É em novembro de 2007 que a produção entra no tema que terminará por mobilizar o telespectador-internauta de maneira mais intensa. O “Fantástico” convida seu público para contribuições com flagrantes capturados por câmeras não profissionais em jogos de futebol amadores ou de lazer, prática comum no Brasil inteiro. Os jogos de lazer, incorporados às marcas antropológicas da cultura brasileira, são conhecidos como “*peladas*”, e seus praticantes “*peladeiros*”. Envolvem uma parcela significativa da população que, além dos peladeiros, reúne famílias e coletivos sociais nos finais de semana. Assim, o tema mostra-se promissor desde sua escolha. E foi exatamente num intervalo de rodada dos campeonatos profissionais de futebol que a produção do programa agendou essa prática esportiva e social do país. Um detalhe é que o apresentador encarregado de apresentar a proposta (*frame* abaixo), desta vez, é o mesmo que, em todos os domingos, apresenta os gols da rodada e as notícias esportivas (um quadro que existe desde os primeiros tempos do programa).



90

Foto 84 – Frame mostra o apresentador Tadeu Schmidt.

Tadeu Schmidt (Vivo)

*Hoje não teve jogo pelo brasileirão,
mas nem por isso você vai ficar
sem os melhores e os piores momentos.*

Diferentemente das outras vezes em que depois da cabeça (texto) lida pelo apresentador a estrutura do quadro com gols da rodada é seguida de um VT (matéria editada), com imagens profissionais de jogos oficiais de futebol; agora o vídeo apresentado é de uma imagem amadora com a sequência do texto narrada em *off* pelo apresentador.

Tadeu (off)

*Você vai ver agora um lance que entrou
para a história das peladas de futebol. Foi
há quinze anos, na final de um campeonato
de futebol amador no Rio de Janeiro. O
time amarelo vence por um a zero. Se não
levar o gol de empate classifica-se para a
grande fina.*

(som dramático)

Tadeu (off)

*Último minuto da prorrogação. E o que
vem a seguir você acompanha agora, na
narração da mulher do treinador.*

Imagem gravada por uma câmera VHS, em julho de 1992, mostra o goleiro que, num movimento de reposição da bola, deixa-a escapar para dentro do seu próprio gol. Sobe som original gravado à época.

– *Jailson, o que é isso? Jailson, louco!*



91



92

Foto 85 – Frame mostra o momento no qual o goleiro ao lançar a bola arremessa para dentro do próprio gol.

Foto 86 – Frame mostra o momento no qual a bola cai dentro do gol.

A partir desse trecho, a edição incorpora à matéria o enquadramento gráfico do quadro “VC no Fantástico”, que vinha sendo usado nas edições anteriores e apresenta os ícones gráficos (*frame* abaixo) que passarão a identificar os “Bola Cheia e Bola Murcha”. O futebol dos peladeiros ganha espaço no “Show da Vida”.

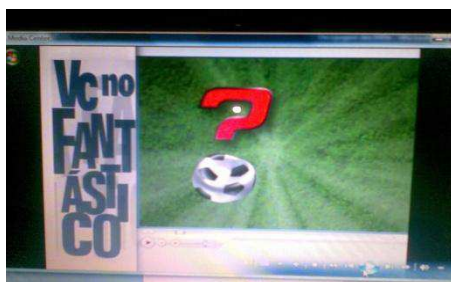


93

Foto 87 – Frame mostra a máscara de grafismo que caracteriza o quadro “VC no Fantástico”

Tadeu (off)

Para celebrar momentos como este, nós estamos abrindo espaço a partir de hoje, aqui no Fantástico, para os peladeiros desse Brasil afora. Quem será o bola murcha? Quem será o bola cheia? Basta documentar a jogada e mandar o vídeo pra cá, que a agente seleciona.



94



95

Foto 88 – Frame mostra a inserção gráfica do ícone “Bola Murcha” usando uma aplicação de imagem de bola murcha.

Foto 89 – Frame mostra o mesmo princípio para aplicar o ícone “Bola Cheia”.

Na sequência, o VT mostra os primeiros vídeos postados na página do “Fantástico” na *Internet*. Registre-se que as primeiras contribuições respondem ao chamado apresentado no *site* do programa. O autor das imagens é creditado.

Tadeu (off)

Nós começamos com bola redondinha para o Sérgio marcar...Ih!

(o peladeiro erra feio na bola)

Até o Goleiro acreditou no chute...

(imagem mostra o goleiro pulando na expectativa do chute)

Sergio é o bola murcha da rodada.

(Imagem, ganha a chancela do ícone bola murcha – *frame* abaixo)



Foto 90 –Frame mostra o uso do ícone bola murcha para um dos primeiros selecionados.

Tadeu (off)

Mas também tem jogada bonita.

Como o gol do Derick de nove anos.

Pedrinho, de sete anos, fez um gol de gente grande. E o que dizer então do golaço do Ricardo, do Rio de Janeiro. Nossa senhora, outro igual a esse só na próxima encarnação, meu filho. Ricardo é “o Bola Cheia” do domingo.



Foto 91 – Frame mostra o uso do gerador de caracteres para indentificar o telespectadores que gravou e enviou o vídeo.

Foto 92 – Frame mostra o exemplo de identificação de autoria de um telespectador do Rio de Janeiro.

O VT, além de mostrar uma sequência de três belos gols, também chancela o escolhido pela produção do programa como “Bola Cheia” (*frame* abaixo) com o ícone gráfico anteriormente apresentado ao telespectador e que passará, junto com o logo do “Bola Murcha”, a ser uma marca do novo quadro.



Foto 93 – Frame mostra o uso do ícone bola cheia para um dos primeiros selecionados pelo quadro.

Tadeu (*off*)

E você gravou um gol mais bonito que esse ou um lance pior que o do Jailson? Então mande seu vídeo para a nossa página na Internet. Quem sabe você não entra nessa seleção do “Fantástico”.

Na semana seguinte, surge uma nova inscrição narrativa no texto desse quadro. Além de apresentar as novas contribuições, o VT abre com imagens e depoimentos dos escolhidos na semana passada (tanto o “Bola Cheia” quanto o “Bola Murcha”). O material, desta vez, é captado pelas câmeras profissionais da emissora, que vai até a casa ou ao espaço público, onde podem ser encontrados os autores dos belos gols ou dos lances bizarros. As equipes que fazem esta gravação atuam em emissoras do sistema Globo (emissoras do grupo e afiliadas), e a forma segue as práticas de captação do jornalismo, câmera na mão e, geralmente, microfone

com o *logo* do canal (embora a prática do “Fantástico” sempre recomende o uso de microfone de lapela, que suja menos a imagem). Nessa segunda edição do quadro, o VT abre com um depoimento de Ricardo, autor do gol destacado no domingo anterior.

(Sonora Ricardo)

Eu gostaria de saber se Ronaldo, Romário, um desses ai já fez um gol tão bonito como o que eu fiz.

Tadeu (off)

Mas tem mais gente querendo mostrar gols que fez por ai... Quem vai ser o “Bola Cheia” e o “Bola Murcha” da semana?

O apresentador passa a narrar em *off* os lances, ainda mostrados com comentários, como se faz em numa transmissão oficial. No último lance, que geralmente é o gol mais bonito, a edição lança mão de uma trilha comum nas transmissões esportivas quando há gols da seleção nacional: *Brasilllll!!* No caso desta edição, o destaque “Bola Cheia” é um garoto de sete anos, de nome Lucas, que, durante uma partida de *futsal* no interior do Paraná, faz um belo gol. O menino, depois de arrancar da zona de defesa na quadra, dribla vários adversários e marca. No final do VT, o apresentador reforça o convite e a mobilização do público.

Tadeu (off)

Você gravou a jogada de craque ou o mico da semana. Então manda para o nosso site. Você pode ser o “bola cheia” ou o “bola murcha” do próximo domingo.

O tempo do material exibido na TV passa a ter, em média, dois minutos e meio. Um tempo bastante inferior ao da maioria dos VTs do programa, mas bem acima da média das reportagens normalmente veiculadas nos demais telejornais da TV Globo. Essa prática conforma-se como rotina de produção nas edições subsequentes do programa e vai, gradualmente, conferindo um *status* aos eleitos como destaque do quadro, como pode ser verificado já na terceira semana de exibição. O menino paranaense, Lucas, destaque no

domingo anterior, é procurado em casa por uma equipe de reportagem da afiliada local da Rede Globo.

Tadeu (off)

Primeiro vamos lembrar o bola cheia da semana passada. A arrancada de Lucas da área defensiva, enfileirando adversário até o gol.

(imagens recuperadas da semana anterior e do menino em casa)



Foto 94 – Frame mostra as imagens de um lance de craque do menino Lucas.

Foto 95 – Frame imagem do depoimento do garoto gravada pela equipes do programa.

Tadeu (off)

O “Fantástico” foi conhecer o bola cheia, ou o bolinha cheia que mora em Foz do Iguaçu, no Paraná.

(fala do menino)

Meu nome é Lucas Sampaio, tenho dez anos.

Minha posição no salão é pivô.



Foto 96 – Frame mostra registro do depoimento do peladeiro (Lucas) em primeiro plano como nas reportagens jornalísticas.

Tadeu (off)

Mas oh, Lucas, qual é o segredo de passar por todos os adversários?

Lucas (em quadro)

É que eu sou muito fominha; eu não toco muito a bola.

Tadeu (off)

Tai o segredo do Luquinhas. Autoconfiança.

Lucas (em quadro)

Eu fui o “bola cheia” da semana passada; agora eu quero ver quem é o bola cheio e murcha desta semana.

A sequência já segue o formato. O apresentador narra e apresenta os destaques selecionados na semana. Desta vez, quem encerra é um caso de mico do futebol amador. Numa final de campeonato intermunicipal (Boquira X Brotas), numa cidade do interior da Bahia, no pênalti decisivo, o bater chuta no travessão, e a bola sobe. O goleiro Zezinho, precipitadamente, abandona o gol e sai comemorando o título. Entretanto, a bola, quando volta, cai, com efeito, e vai parar dentro do gol (sequência de *frames* abaixo). O resultado dá a vitória ao time adversário. O goleiro que comemorou apressadamente, na verdade perdeu o jogo. Deve-se observar, aqui, o tom que ganha o texto na narração do apresentador.



103

Foto 97 (*frame a, b, c*) – Frames mostram a sequência enviada pelo telecoperador da cobrança de um pênalti em que a bola bate na trave sobe e depois cai dentro do gol.

Tadeu (vivo)

Agora prestem bem atenção neste pênalti.

*Duas cidades vivem o clima de
decisão. Boquira e Brotas de
Macaúba.*

*Boquira na cobrança. Se perder
Brotas, é Campeão.*

*Vai Cleiton para o chute..., no
travessão.*

*Brotas Campeão. Todo mundo
comemorando.*

O quê? A bola entrou?

Vamos ver isso de novo.

*Cleiton chutou. A bola bateu no
travessão.*

*Subiu o goleiro Zezinho do Brotas,
saiu comemorando o campeonato.*

Mas a bola voltou cheia de efeito.

*Ô Zezinho, podia esperar só dois
segundinhos para conferir o
campeonato.*

Tá vendo, o Boquira é Campeão.

*Zezinho, goleiro de Brotas de
Macaúba, é o “Bola Murcha” da
Semana.*

O gol inusitado e o tratamento que recebeu estimularam uma onda de comentários após a exibição do quadro que produziu reflexos na edição seguinte. Desta vez, a equipe de produção decidiu priorizar o “Bola Murcha”. As câmeras profissionais dirigem o foco para Zezinho. Uma equipe de jornalismo da afiliada da Bahia consegue reunir, na quadra de esportes da cidade, o goleiro, seus colegas de time e os torcedores. O produtor que organizou a gravação chega a assinar o vídeo que, embora enquadrado na mesma janela gráfica do quadro, significa uma marca de valorização profissional pelo reconhecimento de autoria, prática comum de mérito nos conteúdos nobres da TV. No vídeo, outro detalhe que merece registro é que o goleiro Zezinho Rodrigues (nos *frames* abaixo aparece carregado pelos amigos e dando entrevista), apesar da gafe, é tratado, em Brotas de Macaúbas, como celebridade.



104



105

Foto 98 – Frame mostra o peladeiro sendo erguido como vencedor pelos amigos.

Foto 99 – Frame registra o depoimento dele em plano médio, com uso de microfone de mão, como nas reportagens jornalísticas.

Zezinho (falando para a câmera)

Ser o “bola murcha” de Brotas de Macaúbas e do Brasil, pra mim, fora de brincadeira, eu estou muito feliz.

Porque talvez o “bola cheia” não teria um lance tão interessante igual foi.

Nessa mesma edição, há outra marca do tratamento diferenciado que o quadro vai ganhando no programa. Trata-se do uso do *tira-teima*, recurso sacralizado nos conteúdos esportivos da televisão para elucidar lances polêmicos. O propósito seria esclarecer uma dúvida apresentada por um telespectador-internauta, pó meio de um vídeo caseiro de 1989. No registro audiovisual, a questão era saber se uma bola teria entrado ou não no gol (no chute de um *peladeiro* identificado, no texto do VT, como seu Vilmar) durante uma *pelada* no Rio de Janeiro. Na sequência de *frames* (quadros) mostradas abaixo, pode-se observar a imagem original enviada para a redação do programa (mediante postagem no *site*). Ao lado, temos a aplicação gráfica do *tira-teima* em dois momentos do lance: primeiramente, na mesma posição do chute e, depois, mais próxima de onde uma seta ajuda a mostrar que, pela sombra da bola na linha que demarcaria a zona de validação do gol, ela não entrou totalmente.



106

Foto 100 (frame a, b, c) – O primeiro frame mostra cena do jogo enviada pelo telespectador, o segundo e o terceiro mostram o uso do tira teima.

Tadeu(off)

*Uma dívida que persistiu por dezoito anos
vai acabar agora. Sobra da bola em cima
da linha. A bola tem que passar inteirinha
para o gol valer. Portanto, não foi gol.*

A aproximação do tratamento dedicado aos *peladeiros* com o futebol profissional passa a ser um referente nas edições subsequentes do quadro. Na semana posterior ao uso do *tira teima*, por exemplo, o texto do apresentador começa com uma analogia ao jogador brasileiro de maior destaque internacional naquele ano.

Tadeu (Vivo)

*E agora está na hora de mostrar o Kaká
que existe em você. É você no
“Fantástico”.*
*Lá vem “bola cheia”. Lá vem “bola
murcha”.*

O quadro faz uma chamada para outros esportes. Mostra um vídeo de uma espécie de fut-basquete, enviado por um telespectador-internauta, mas a resposta não é a mesma. O futebol das peladas é que segue mobilizando o público. A produção do programa acolhe a tendência e cria uma galeria destinada exclusivamente às contribuições. A galeria é instalada na página do programa, contemplando todos os vídeos enviados e não apenas aqueles veiculados pela TV. Em dezembro de 2007, durante as semanas das festas tradicionais do fim de ano, mais um ato de diálogo direto pela TV: o “Fantástico” avisa aos *peladeiros* que vai dar uma parada e que o quadro retorna em janeiro. Assim acontece.

Já no segundo domingo de 2008, enquanto ainda não tinham iniciado as atividades esportivas do ano, o espaço dos *peladeiros* é rerepresentado, confirmando um *status* que o “Bola Cheia, Bola Murcha” conquista. Embora Tadeu Schmidt esteja de férias, outra apresentadora da área de esportes é convocada (Glenda Kozlowski, apresentadora do esporte espetacular, com Zeca Camargo – *frame* abaixo). Um detalhe nessa retomada é que, quando Zeca Camargo (quem iniciou a experiência com comunidades virtuais no programa) se refere às contribuições, menciona internautas. Evidencia-se que a figura desse público com quem o Fantástico fala ainda não está clara para todos na produção (é período de férias para outros mais envolvidos com o quadro). No texto, inicialmente, o apresentador se refere ao telespectador, ao olhar para a câmera e dizer “você”. Logo em seguida, fala de internautas

quando trata do público que contribui com essa primeira edição de 2008. Observe-se também que o painel cenográfico, que aparece como fundo, tem a palavra futebol, normalmente usada para as informações sobre o esporte profissional.

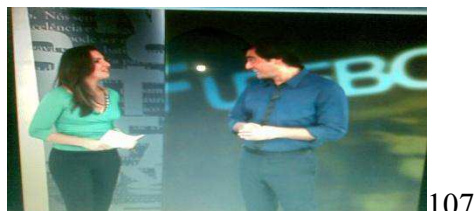


Foto 101 – Frame mostra os apresentadores Zeca Camargo e Glenda Kzlowski.

Zeca (Vivo)

Eles voltaram, quer dizer você voltou.

Começa agora a temporada de gols do internauta não é Glenda.

Glenda (Vivo)

Pois é Zeca, isso mesmo. Quem vai ser o primeiro “bola cheia”, o primeiro “bola murcha” do ano? Vejam agora.

Nessa primeira edição, uma peculiaridade: o protagonista do lance (Cassius Daives – *frame* abaixo), que ganha o “Bola Cheia”, é comparado a Pelé (reconhecido como o maior jogador profissional de todos os tempos), ao driblar o goleiro com o corpo. Essa analogia (recurso comum nas reportagens esportivas) com a jogada do chamado rei do futebol, que aconteceu na copa do México de 1970, quando o Brasil conquistou o tri-campeonato, chega a ser mostrada no vídeo (*frame* abaixo).



108



109

Foto 102 – Frame mostra o gol do peladeiro driblando o goleiro com o corpo.

Foto 103 – Frame mostra o lance do Pelé na Copa de70 - fazem comparação entre peladeiro (1º) e Pelé (2º).

Com a volta de Tadeu Schmidt (das férias), o quadro está consolidado; entra, de fato, na rotina de produção do Fantástico. A cada semana, são mostrados os selecionados pela

equipe do programa, entre os vídeos enviados no período, e também entrevistados com o “Bola Cheia” e o “Bola Murcha” do domingo anterior. De uma exibição para outra, vão sendo naturalizadas as técnicas de edição, como dividir o quadro com duas imagens: aquela do lance enviado e aquela gravada posteriormente pelas equipes profissionais na captação do depoimento do *peladeiro* (*frame* abaixo). O quadro entra para valer no dia a dia. Tanto que incorpora agendas de efemérides, como aconteceu em relação ao Dia Internacional Mulher (quando foram mostradas contribuições de jogadas amadoras protagonizadas por mulheres no primeiro domingo de março – *frame* abaixo) ou durante o período das olimpíadas (alguns vídeos de esportes olímpicos praticados por amadores também foram mostrados).



Foto 104 – Frame mostra o uso de recursos de edição com janela para a imagem amadora.

Foto 105 – Frame registra um jogo feminino.

O número de contribuições aumenta, e a equipe do programa resolve promover uma seleção anual. Na primeira semana de março, os apresentadores anunciam um Campeonato dos *Peladeiros* do Brasil (abaixo, texto lido por Tadeu no programa do dia 2 de março de 2008). A cada mês, o “Fantástico” passa a escolher o melhor “Bola Cheia” e o melhor “Bola Murcha” para a final, em novembro de 2008. As mesmas informações sobre o “campeonato” também ficam publicadas na página do programa na *Internet* (*frame* abaixo), na qual o público se comunica já rotineiramente com a equipe do programa.

Tadeu (Vivo)

Todo mês vamos escolher o melhor dos “bolas cheias” e o pior dos “bolas murchas”.

É um incentivo, um reconhecimento ao talento, à graça, à genialidade do maior craque do futebol brasileiro: você, torcedor. Vamos começar domingo que vem, com os eleitos de janeiro e fevereiro.



112

Foto 106 – Registro mostra página do Fantástico em 2008, quando foi lançado o campeonato dos peladeiros.

Estrelas do futebol profissional, do esporte olímpico e atores do *casting* da emissora são chamados para participar do júri que chancela, mensalmente, a indicação dos finalistas. Robinho, Zico (*frame* abaixo - quando fazia a escolha de 2008, usando um notebook), Mauren Maggi (medalhista olímpica do atletismo – *frame* abaixo), José Roberto Guimarães (técnico da seleção feminina de vôlei e campeão olímpico – *frame* abaixo, quando fazia a escolha, de agosto de 2008) e tantas outras celebridades, inclusive internacionais (caso Noel Gallagher da banda Oasis) conferem status e autenticidade ao processo seletivo e ao quadro. O próprio ambiente multiplataforma, adotado nesse processo que se propõe interativo com vistas à interação com o público do programa, ajudou na atuação dos jurados. Como todos os vídeos estão na *Web*, bastava à produção levar um notebook até a celebridade convidada e a escolha era feita no local onde este estivesse.



113

Foto 107 - (sequência a, b e c) – Frames mostram José Roberto, Zico e Mauren Maggi analisando os lances e escolhendo os finalistas do mês.

Ainda no mês de março o último ato que confere ao quadro o status de conteúdo nobre do programa. O “Bola Cheia” e “Bola Murcha” desvinculam-se do “VC no Fantástico”, que por sua vez, que passa a contemplar outras participações como algumas experimentadas em fevereiro de 2008 na TV e, principalmente, no *site*.¹⁰¹ Depois de três meses o quadro ganha

¹⁰¹ Tanto na página da Internet quanto na TV, o público segue convocado a colaborar com o programa e tudo vai ficando armazenado no *site* para acesso livre. Como pode-se constatar em alguns exemplos de chamadas usadas na página do programa nos quais é possível observar a reiterada conclamação ao público: “Veja as ciladas e comentários do público”;

“Internautas se comovem com série do Dráuzio”;

uma nova grafia, própria, exclusiva. São vinhetas e *logos* que se somam ao ícone da bola murcha e cheia (*frames* abaixo).



114

Foto 108 – (sequência a, b e c) – Frames mostram o grafismo (inspirado nos distintivos dos clubes de futebol) que vai marcar a independência do novo quadro.

O ano segue obedecendo à lógica até então estabelecida. O diálogo entre a produção e os *peladeiros* continua diário pela *Web* e semanal na TV. A cada domingo, são escolhidos, pela produção, um destaque de bola jogada com gol e um destaque de péssima jogada ou gafe. Na primeira semana de cada mês, celebridades escolhem os finalistas. No caso de janeiro e fevereiro, os selecionados foram conhecidos no segundo domingo de março de 2008, o primeiro mês do concurso (campeonato). E foi assim até novembro (30/12/2008), quando os jogadores Ronaldo, Robinho e o técnico (e ex-jogador) Zico indicaram três opções de cada categoria para que o público, por meio de votação pela *Internet* e pelo telefone Escolha os Campeões do Ano.

“Famílias e crianças atenderam ao chamado do Fantástico; contaram suas maiores ciladas”;

“Tem história sobre queda de cabelo, reboque, churrasco, curso e casamento. Mas também teve muito comentário sério e de apoio aos pacientes da série “Transplante, o dom da vida”;

“O público faz comentários sobre reportagens (transplante, toque de recolher, volta de Ronaldo)”;

“VC no Fantástico: mande as suas imagens da tragédia em Santa Catarina”;

“O Fantástico do próximo domingo vai exibir uma reportagem sobre os estragos causados pela chuva em Santa Catarina. Quase 90 pessoas morreram e mais de 70 mil estão desalojadas. Se você tem um vídeo com imagens da devastação, envie para a gente” (26/11/2008);

“Se você tem fotos da tragédia e quer contar o que viu, mande um *email*, para a nossa produção: programafantastico@redeglobo.com.br”;

“VC no Fantástico: ajude a fazer o programa”;

“Escolha um tema e mande seu vídeo para a gente. Você pode aparecer no Fantástico ou no Canal F, nosso programa exclusivo na *Internet*. Escolha um ou vários temas e mande um vídeo para nós!”. Os exemplos verificados <<http://fantastico.globo.com/Jornalismo/FANT/0,,MUL1099157-15605,00.html>> (acesso em 28/11/2008).

Tadeu(vivo)

Os craques de divertiram, escolhendo os videos dos campeões de cada mês. No próximo domingo, os votos também poderão ser efetuados por telefone. Mas se você já quiser dar o seu pitaco, vote: <http://fantastico.globo.com>.

O material, desta vez, tem mais de seis minutos, uma vez que, em cada categoria, apresenta curta retrospectiva dos lances escolhidos ao longo do ano, intercalando com som de comentários dos jurados. Inicialmente, mostra cenas de cada um dos célebres integrantes do comitê de seleção diante de *notebooks* (primeira sequência de *frames* abaixo), em que a produção reuniu os finalistas de cada mês do ano. E, realmente, eles se divertem ao reverem cada lance. Depois, cada qual escolhe um protagonista de lance “bola cheia” e um de lance “boa murcha”. A comunicação do voto é gravada em frente a um fundo de cor (azul ou verde) que permita à montagem usar o recurso do *Chroma Key* (tradicional dispositivo eletrônico de edição por meio do qual é possível inserir, posteriormente, qualquer imagem no plano de fundo da gravação). No VT que vai ao ar, a imagem escolhida para preencher esse fundo é o ícone do quadro para cada categoria. O recurso técnico funciona como uma assinatura do voto, e o deslocamento do mundo privado, da fonte para o mundo público e social do quadro. No primeiro *frame*, com uso desse efeito, o jogador jurado declara o voto (segunda sequência nos *frames* abaixo) e, no segundo, o locutor confirma o mesmo voto (terceira sequência nos *frames* abaixo), carimbando o lance escolhido com uma circunferência no interior da qual está a foto do votante, ora Ronaldo, ora Robinho e ora Zico.



115

Foto 109 – (sequência a, b e c) – Frames mostram Ronaldo, Robinho e Zico vendo os lances.



116

Foto 110 – (sequência a, b e c) – Frames mostram o momento no qual a escolha é anunciada.



Foto 111 – Frames mostram o momento no qual as indicações de cada integrante do júri são reapresentadas com a chancela daquele que escolheu.

No domingo seguinte (7/12/2008), o quadro ganha mais destaque no corpo do programa. Além de a votação para a escolha dos campeões ser lembrada diversas vezes, *links* (sinal de vídeo e áudio direto do local) ao vivo mostram os concorrentes e suas torcidas. Nas manifestações, os candidatos ao título e seus torcedores demonstram expectativa e confiança no bom resultado, como em Barretos, interior de São Paulo, onde o menino Diguinho¹⁰², de 11 anos, finalista do “Bola Cheia” (que fez um belo gol driblando o goleiro num jogo com adultos – primeira sequência de *frames* abaixo), ou em Santa Cruz, interior do Rio Grande do Sul, onde o dentista Gustavo Carlos¹⁰³, finalista do “Bola Murcha” (protagonista de um lance bizarro, quando, após tentar passar a bola com o calcanhar, caiu num buraco que havia na lateral do gramado – segunda sequência de *frames* abaixo), reuniu amigos no estúdio de uma afiliada da Rede. O fato é que, naquele momento, o processo que começou na proposta, passou pela Internet, ganhou o universo da TV, resultando em uma interação direta, ao vivo, entre apresentador e telespectador. O clima de animação e o espaço que o quadro ganha nesse domingo, no programa, operam numa estratégia de mobilização do telespectador. A cada nova intervenção sobre o tema, o convite para que todos votem é reiterado.



Foto 112 – (sequência a e b) – Frames mostram o dia da escolha do “Bola Cheia” 2008, primeiro o lance do peladeiro (no exemplo Diguinho) depois um link ao vivo com a torcida do concorrente.

¹⁰² Diguinho concorre com vovô Ari, que tem 70 anos, do Rio de Janeiro, e Rian de Araújo, do Ceará.

¹⁰³ Gustavo concorre com Chacrinha, de São Paulo, e Luciano do Rio Grande do Sul.



Foto 113 – (sequência a e b) – Frames mostram lance e link com torcida do candidato a “Bola Murcha” 2008, no exemplo Gustavo, na parte inicial do “Fantástico”, no dia escolha final, na qual o público é convocado a votar.

O resultado somente é conhecido no bloco final do programa. Após o anúncio, o apresentador, Tadeu Schmidt, volta a mostrar ao vivo os vencedores que fazem uma breve declaração (se dizem felizes, satisfeitos) e protagonizam cenas de comemoração junto aos torcedores. Diguinho é escolhido por 39% dos votos do público como o “Bola Cheia” de 2008. Durante a comunicação, imagens resgatam o lance, e um gráfico característico dos ícones televisuais para vencedores do esporte é usado para chancelar a vitória (primeira sequência de *frames*). Logo após, o apresentador chama novamente o *link* ao vivo para mostrar a comemoração do vitorioso e colher uma breve declaração. O mesmo se repete com o anúncio do vencedor do “Bola Murcha”. Gustavo, com 43% dos votos do público, é o preferido (segunda sequência de *frames*)¹⁰⁴.



Foto 114 – (sequência a, b, c e d) – Frames mostram o momento da divulgação do resultado do “Bola Cheia” de 2008, a expectativa de Diguinho, a anúncio feito por Tadeu e a chancela da vitória como a TV costuma fazer nas competições oficiais e a comemoração ao vivo.



Foto 115 – (sequência a, b, c e d) – Frames mostram o momento no qual o resultado do “Bola Murcha” (Gustavo) é divulgado. Da mesma forma como na outra categoria, há expectativa e comemorações mostradas ao vivo.

¹⁰⁴ Disponível em <http://fantastico.globo.com/Jornalismo/FANT/0,,MUL914459-15605,00.html> (acesso em 22/12/2008).

A celebração do sucesso, com o quadro e com os vencedores, prossegue ao longo de toda a semana seguinte. Primeiro, durante uma operação logística complexa, a produção do programa reúne, no Rio de Janeiro, todos os finalistas do “Bola Cheia” e “Bola Murcha” de 2008, para uma partida no estádio do Maracanã (o maior santuário do futebol profissional no país). O jogo, no qual os uniformes confeccionados especialmente para o evento (segundo e terceiro *frames* abaixo) exibem os *logos* de cada uma das duas categorias do quadro, tem a arbitragem do ex-juiz de futebol, Renato Marsiglia, atualmente comentarista da equipe de esportes da emissora. A disputa é gravada, e as imagens mostradas no domingo seguinte (14/12/2008)¹⁰⁵. O texto da reportagem, cuidadosamente estruturado, encarrega-se de reforçar a retrospectiva do quadro na esfera pública do programa e do esporte. As chamadas na página do programa dão conta dos “melhores momentos do jogo mais divertido do ano”. O vídeo é anunciado pelos três apresentadores (Zeca Camargo, Patrícia Poeta e Tadeu Schmidt – primeiro *frame* abaixo), com o rigor dos grandes temas do programa.



122

Foto 116– Frame mostra o momento em que os apresentadores anunciam a reportagem sobre o jogo no maracanã evidenciando a importância que o quadro ganha no programa.

Foto 117 – (sequência a e b) – Frames apresentam a camiseta confeccionada especialmente para o jogo.

Zeca Camargo (Vivo).

Eles chegaram devagarzinho, com seus vídeos caseiros, e conquistaram o Brasil.

Patrícia Poeta (Vivo)

Estiveram sempre juntos, a cada domingo: “bolas cheias” e “bolas murchas”. Agora, estão separados, em lados opostos do campo.

Tadeu Schmidt (Vivo)

¹⁰⁵ Disponível em: <<http://fantastico.globo.com/Jornalismo/FANT/0,MUL922626-15605,00.html>> (acesso em 22/12/2008).

É a hora da verdade. O jogo que faltava na coleção do mais mitológico estádio do mundo, o Maracanã.

(entram imagens das camisetas)

Tadeu Schmidt (off)

Pela primeira vez na história do futebol, o grande desafio: “Bola Cheia” versus “Bola Murcha”. Os peladeiros mais famosos do mundo se encontram no mais importante dos estádios.

(sonora Rafael - um dos jogadores da seleção “Bola Murcha”, na chegada ao Maracanã).

É a hora da virada.

O jogo, produzido para acontecer entre os jogadores (personagens) selecionados pelo quadro do “Fantástico” ao longo de 2008, respeita todo o ritual dos grandes jogos no Maracanã. Os “atletas” de cada time chegam num transporte coletivo exclusivo. Cada lado tem um vestiário, onde a preparação, como conversas táticas, pactos de equipe, gritos de guerra, são reproduzidos tal como nas partidas profissionais. Os times entram em campo juntos, em fila, como reza o cerimonial do Maracanã. No gramado, encontram ex-jogadores como Ray, Leandro e Zico, que, minutos antes, haviam participado de um jogo beneficente. Até a documentação de TV segue o protocolo. Três câmeras e um narrador (primeiro *frame* abaixo mostra o narrador Luiz Roberto; no segundo *frame*, o ex-juiz Marsiglia) da equipe de esportes da Globo integram o *staff* responsável pela gravação das imagens. O VT que é exibido no programa mostra tudo isso e, para melhor dimensionar a amplitude de pessoas mobilizadas (os peladeiros selecionados são de várias regiões do país, e um deles, inclusive, atualmente vive no exterior), a edição usa gráficos com mapas geográficos do continente americano (terceiro *frame* abaixo). Obedecendo a uma estrutura de reportagem de esporte, a narração de matéria é permeada de depoimentos dos jogadores que não economizam sua satisfação com o cenário daquele cerimonial.



124

Foto 118 – (sequência a, b e c) – Frames mostram detalhes da reportagem mostrada no programa que mostra, no primeiro frame, o narrador Luiz Roberto; no segundo, o juiz Renato Marsiglia; e no último, um gráfico que identifica a origem dos peladeiros.

Tadeu Schmidt (off)

Eles vieram de tantos lugares do Brasil, até de fora do país, para este confronto inédito.

(sonora bola cheia André Luiz)

Quem diria, olha onde eu estou.

(sonora bola murcha Chacrinha)

Vou me redimir, eu prometo.

Tadeu Schmidt (off ilustrado por imagens dele próprio quando visitou os vestiários)

E se os bolas cheias perderem para os bolas murchas?

(sonora de Diguinho, eleito Bola Cheia de 2008)

A gente vira bola murcha e eles viram bola cheia.

Tadeu Schmidt (off)

Nos vestiários dos dois times, é clima de final de campeonato.

(sonora peladeiro Bola Murcha)

Jogar no Maracanã é um sonho para todo mundo. Onde a gente colocava o olho, hoje estamos colocando os pés.

(sonora “Bola Cheia” chamado Vovô Ary – tem 70 anos)

Eu sou a prova de que nunca é tarde. O sonho de 70 anos vai estar ali, bem perto.

A reportagem tem mais de oito minutos. Não escapam detalhes. O relato descreve lances, usa repetição em câmera lenta e, nas jogadas mais curiosas, recorre novamente aos gráficos do tira-teima. No Maracanã, até o placar eletrônico é programado para informar o escore da partida. Nos gols, a edição aproveita (em sobre som) a narração profissional feita durante o jogo exclusivamente para o “Fantástico”. “*As duas seleções estão prontas*”, comenta no VT o apresentador do programa. Outras declarações também avalizam, na matéria, o cerimonial do jogo. O ex-árbitro Renato Marsiglia (como mencionado, é comentarista da Globo e juiz brasileiro na Copa de 1994) diz que “*era o que faltava no currículo*”. O narrador Luis Roberto (da equipe principal de transmissões esportivas da emissora, que nesse jogo estava acompanhado de Martins, o “Bola Murcha” de outubro que funciona como comentarista) anuncia que “*vai começar o grande jogo*”.



Foto 119 – (sequência a, b, c, d, e, f) – Os dois primeiros frames mostram as duas equipes de peladeiros, os dois seguintes lances dos jogos e os dois últimos registram do placar eletrônico no Maracanã quando o jogo estava Bola Cheia 2 X 0 Bola Murcha.

Tadeu Schmidt (off)

As duas seleções estão prontas!
Quanto tempo levaria para aparecer o primeiro lance “Bola Murcha”? Tabela bonita do time “Bola Murcha”, Alex, Gustavo, Alex! Apenas um minuto e 44 segundos. Alex Sandro! Mas Alex tinha capacidade para muito mais: errou a cobrança. Mas, apesar do que dizem as

camisas, o primeiro lance de perigo real é “Bola Murcha”. Gustavo, o campeão de 2008, rouba a bola, avança, pode passar, pode chutar, prepara o chute e... As arrancadas do Gustavo nunca terminam bem. O primeiro tempo também teve polêmica. No primeiro ataque “Bola Cheia”, impedimento!

(Sonora Vovô Ary)

Eu quero ver o tira-teima, porque não foi impedimento a minha bola, não,

Tadeu Schmidt (off)

A imagem do supertira-teima não deixa dúvida. Vovô Ary está em uma banheira do tamanho do Maracanã. Mais de três metros de impedimento. Mas, quando o Rafinha avançou e o Leandro foi em cima de carrinho, o Marsiglia marcou pênalti. O time todo pedia: todo mundo sabia a capacidade do chute do Vovô Ary. Mas era o sonho do Rafinha, também. E ele faz o gol.

(sonora Rafinha, Bola cheia)

Nossa, para mim, é inesquecível, porque eu sempre quis ser jogador. Estou com 19 anos. Para mim, isso aqui foi um sonho.

Tadeu Schmidt (off)

“Bola Cheia” 1, “Bola Murcha” 0. E, no finzinho do primeiro tempo, a bola sobrou para o Esquerdinha. Com o Esquerdinha, de qualquer distância, é perigo. Da entrada da área, a 22 metros do gol. Estava pertinho demais. Dominou, botou na frente, bateu bonito! É gol! O primeiro tempo terminou com o placar de 2 a 0 para o “Bola Cheia”.

No intervalo, a reportagem evidencia que a animação do grupo permanece. E, durante essa segunda parte da reportagem, outro recurso narrativo merece destaque. O lance enviado originalmente pelos *peladeiros* ao “Fantástico” é comparado com os lances do jogo “*das seleções*”. A cada lance relatado, a tela é dividida em duas partes. De um lado, a jogada gravada pelos vídeos amadores, no outro, a imagem profissional captada na partida do Maracanã (como mostra segundo *frame* abaixo). Os *peladeiros*, agora tratados como craques, são sempre chamados pelos mesmos apelidos como são conhecidos nos campos e quadras de *peladas* e com os quais também ficaram celebrizados no quadro apresentado na TV (na sequência de *frames* abaixo, registro dos gols e comemorações no melhor estilo dos profissionais). A reportagem ainda revela momentos de singular aproximação entre os jogadores e o apresentador do programa, revelando um ponto culminante no processo de interação entre a emissora e esse grupo de telespectadores. Uma dinâmica verificável no traço de dialógico, de intimidade, que sugere, no texto, nas atitudes e nas falas dos jogadores apresentadas na edição do vídeo, como pode ser observado a seguir.



126

Foto 120 – (sequência a, b, c, d, e, f) – Frames mostram momentos dos gols, sendo que, no segundo frame, há um efeito de edição que divide a tela entre a cena do jogo no Maracanã e aquele enviado pelo telespectador, enquanto que o último frame registra a comemoração final dos *peladeiros*.

Tadeu Schmidt (off)

No segundo tempo, outra vez, a primeira grande chance foi “Bola Murcha”. A bola sobrou lindinha para o Chacrinha. Mas a bola sobrar na boa para o Chacrinha, sem sombra de dúvidas, não é garantia de gol. Vai, Chacrinha!!! E o time dos “Bolas Cheias” tinha Sady! Ele foi bola cheia com o gol dos três balõesinhos. E, no

Maracanã, foi o homem das mil e uma firulas. Só que foi jogando simples, que ele realizou o sonho. Sady! “Bola Cheia” 3 a 0. E qual será a firula dessa vez? Lá vai ele comemorando. Aonde você vai, rapaz?!

(Sobe som Rafinha que abraça o apresentador)

É para você, Tadeu!

Tadeu Schmidt (off)

Rafinha fez mais um gol. O garoto dos dois baldezinhos fez dois gols no Maracanã. “Bola Cheia” 4, “Bola Murcha” 0. O goleiro Lucas, do time “Bola Cheia”, não era uma das pessoas mais nervosas durante a partida, mas ainda faltava um objetivo para o time dos bons de bola: o gol do Diguinho.

O “Bola Cheia” campeão de 2008! Vinha tentando desde o começo. Seria este o dia de o menino de 11 anos fazer um gol no Maracanã?

(Sonora Diguinho)

Muito legal. Era um sonho meu e agora está realizado...

Tadeu Schmidt (off)

Mas e o “Bola Murcha”? Será que os incríveis jogadores que divertiram o Brasil durante o ano todo não mereciam pelo menos um golzinho? Gagá, que foi “Bola Murcha” levando um frango, foi feliz no Maracanã fazendo um gol.

(Sonora Gagá)

Quero agradecer a Deus pela oportunidade que ele me deu. Que eu saí lá de Coelho

*Neto, Maranhão, para fazer um gol aqui no
Rio de Janeiro. Obrigado, meu Deus!*

Tadeu Schmidt (off)

*“Bola Cheia” 5, “Bola Murcha” 1.
Quanto?*

Mas a ascensão de *status* do “Bola Cheia”, “Bola Murcha” ganha ainda um degrau mais alto no espaço público do esporte. Graças a um deferimento da CBF – Confederação Brasileira de Futebol, os dois eleitos pelo público do Fantástico recebem uma premiação especial que é entregue na solenidade anual na qual a poderosa entidade celebra os destaques do campeonato profissional do país. No palco e na platéia por onde passam todas as celebridades do futebol, o “Bola Cheia” e o “Bola Murcha” de 2008 recebem oficialmente seus troféus. Quem os entrega é o apresentador do “Fantástico” (segunda sequência de *frames* abaixo). No mesmo domingo da reportagem sobre o jogo do Maracanã (14/12/2008), tudo é mostrado num outro VT durante o programa¹⁰⁶, inclusive os efeitos de celebridade na vida dos dois vencedores do primeiro Campeonato de *Peladeiros* do Brasil. São exibidas fotos com Pelé, Dunga e jogadores profissionais (primeira sequência abaixo). Na chamada da página na *Internet* e na TV (veja, a seguir, o texto da reportagem que foi ao ar), o momento na CBF é tratado com novo destaque especial: *peladeiros do “Fantástico” viram celebridades*. *Veja como foi a semana dos “Bolas Cheia e Murcha”*.



Foto 121 – (sequência a, b, c, d, e, f, g, h, i) – Frames com cenas do dia da entrega do prêmio aos dois peladeiros do “Fantástico” 2008 na solenidade da CBF, sendo que, no segundo frame, aparecem com jogadores do Internacional de Porto Alegre, no terceiro com Pelé e no quarto com o técnico Dunga, da seleção brasileira de futebol.

¹⁰⁶ Disponível em: em: <<http://fantastico.globo.com/Jornalismo/FANT/0,MUL922565-15605,00.htm>>, acesso em 22/12/2008.

Tadeu (Vivo)

Os peladeiros viraram celebridades. “O Bola Cheia” e o “Bola Murcha” campeões de 2008 estão curtindo a fama. Eleitos pelo público, no último domingo, graças a uma jogada genial, Diguinho e Gustavo viveram momentos que jamais sonharam.

(Imagens mostram os vencedores como estrelas na cerimônia oficial dos craques profissionais do futebol.)

A mesma reportagem ainda faz um resumo da semana dos dois vencedores na qual equipes locais das afiliadas da Globo registraram, especialmente para o “Fantástico”, os momentos de fama do “Bola Cheia” Diguinho, em Barretos, e do “Bola Murcha” Gustavo, no interior do Rio Grande do Sul (sequências de *frames* abaixo). Os dois são parados na rua, dão entrevistas para veículos regionais, autógrafos e colhem reações de afeto e reconhecimento por onde passam. Tudo vai ao ar, como comprova o texto a seguir. Gustavo chega a voltar ao gramado onde protagonizou o lance que lhe deu o título e repete a cena explicando detalhes, mas mostrando, em tom de brincadeira, que do buraco onde caiu retornou com o troféu.



Foto 122 – (sequência a, b, c) – Frames mostram Diguinho em casa, na rua sendo abraço por outros moradores de sua cidade.



Foto 123 – (sequência a, b, c) – Frames registram Gustavo em casa, revivendo o episódio que lhe garantiu o título e dando entrevistas.

Tadeu (off)

Gustavo encara o zagueiro. Tenta de calcanhar. Errou, caiu, mas veio com o troféu “bola murcha” do ano! Com o troféu, vieram convites para entrevistas. E com as entrevistas, as histórias da noite em que os peladeiros do Brasil invadiram a festa do futebol profissional. Diguinho, o “Bola Cheia” do ano, e Gustavo, o campeão bola murcha, subiram ao palco onde os melhores do campeonato brasileiro foram premiados pela CBF. Numa noite prestigiada por alguns dos melhores de todos os tempos, Diguinho levou para casa, em Barretos, São Paulo, as lembranças daquela festa. E tratou de curtir as mudanças que o troféu bola cheia provocou no dia-a-dia dele.

(Sonora Diguinho)

Mudou tudo. Todo mundo fica pedindo pra tirar foto, autógrafo. Eu gosto disso.

Tadeu Schmidt (off)

Um passeio com Diguinho é interrompido o tempo todo. É claro que ele nem liga. E consegue até uma troca de papéis. Neste Natal, o ídolo em Barretos é ele. Até um papai Noel reconhece ele na rua.

A repercussão prossegue em 2009, tanto para o quadro do “Fantástico” quanto para o vencedor do “Bola Cheia”¹⁰⁷. Ambos saem do espaço público do programa e migram para outros espaços da TV e do mundo natural. No caso de Diguinho, Luciano Huck, que comanda um programa de auditório, nos sábados, na mesma Rede Globo, vê a dimensão do quadro e resolve apostar no talento do garoto de 11 anos para inaugurar um novo quadro que o animador resolve lançar. Trata-se do Olheiro do Caldeirão do Huck, no qual o animador vai escolher jovens talentosos e promover um teste em grandes clubes de futebol do Brasil, contando com a ajuda de um jogador profissional, que vai funcionar como padrinho do

¹⁰⁷ Ainda em 2008, a *sitcom* “A Grande Família”, que é exibida às sextas-feiras, já tinha dedicado um episódio às peladas de fim de semana e ao quadro do “Fantástico”.

aspirante¹⁰⁸. Luciano acerta com o goleiro Rogério do São Paulo para ser padrinho da experiência com Diguinho. O apresentador vai a Barretos, onde mora o menino, visita a escola, fala com os pais do garoto e obtém a autorização para levá-lo, no dia seguinte, para fazer um teste no Centro de Treinamento do clube paulista. O teste é acompanhado por Rogério e pelos treinadores das categorias de base do São Paulo. Diguinho se dá bem. Faz um belo gol e ganha a chance de ficar treinando no time. Ao conhecer o resultado, Luciano liga imediatamente para Tadeu Schmidt e comunica a novidade. Luciano e Diguinho conversam com o apresentador do “Fantástico” e comemoram, junto com os dois, o desfecho da história. Tudo é também mostrado no vídeo apresentado por Luciano Huck no programa Caldeirão, como pode ser comprovado pela sequência de *frames* a seguir.¹⁰⁹



130

Foto 124 – (sequência a, b, c, d) – Frames mostram desdobramento da popularidade do Diguinho no programa do Luciano Huck, na escola, em casa, no teste que fez no time São Paulo.

Em 2009, o quadro do “Fantástico” ainda mostra novas dissipações. Particularmente no primeiro semestre, a repercussão, no mundo do futebol, para o quadro dedicado aos *peladeiros*, vai além daquele momento máximo verificado na solenidade da CBF. Vira assunto de seleção brasileira, como veremos mais adiante. Além disso, o “Bola Cheia” e o “Bola Murcha” que, cada vez mais, parecem conquistar a adesão do público, estimulam outra atividade paralela aos jogos. Cinegrafistas amadores se lançaram no registro das peladas Brasil afora para assegurar espaço no programa. Na edição do dia 5 de julho, por exemplo, a produção destaca a reação espontânea de uma jovem que documenta um jogo amador. A cinegrafista de fim de semana comemora o momento no qual consegue gravar uma jogada bizarra.

¹⁰⁸ Luciano Huck também é motivado para reverter o fracasso, uma experiência semelhante que o apresentador tentou empreender em 2008.

¹⁰⁹ <http://video.globo.com/Videos/Player/Entretenimento/0,,GIM1069095-7822-DIGUINHO+O+BOLA+CHEIA+GANHA+UMA+CHANCE+NO+SAO+PAULO,00.html>, acesso em 12/03/2009.

Tadeu Schmidt (off)

Os nossos cineastas amadores. O que seria dos “bolas murchas” sem a paixão por trás da câmera? Quando o Rafael, de camisa amarela, fez um lance horroroso, a Livia filmou e vibrou como se fosse gol dela.

(Sobe som da Livia)

Eu filmei uma “bola murcha”. Eu filmei um “bola murcha”. Eu filmei um “bola murcha...”

Tadeu Schmidt (off)

Rafael é o primeiro “bola murcha” de julho. Graças à Livia. Que amiga!

No mesmo VT, o texto revela cada vez mais marcas do esforço de diálogo direto com telespectador. A frase que narra cada imagem contém uma consulta, uma questão, uma demanda de resposta, uma proposta de diálogo que culmina com uma provocação final para manter os telespectadores mobilizados.

Tadeu (off)

Olha o lance. Ninguém dava nada, estava tudo meio parado, cachorro em campo. De repente, o Jajá dribla um e mete um foguete lá no ângulo! Golaço! Jajá é o “bola cheia” de hoje! Depois, nova saída, cachorro em campo. Ele não é fofo? Agora a bola, cheia ou murcha, está com vocês. Mandem aqueles lances tão incríveis que a gente seja obrigado a mostrar aqui.

A institucionalização que ainda faltava para o quadro do Fantástico ser consagrado como o espaço público dos jogadores amadores (de lazer) acontece em entrevista coletiva do técnico do time principal da seleção brasileira de futebol. Dunga citou o “Bola Cheia” ao responder uma pergunta sobre a convocação do jogador Nilmar (na época atuando no Internacional de Porto Alegre), na qual a questão sugeria que a escolha aconteceu depois que o atacante fez um “golaço”. O quadro da TV, inicialmente desprezioso, passa a ocupar o

espaço público reservado para o tema mais nacional da sociedade brasileira: a seleção de futebol de país. A edição do “Fantástico” do dia 24/05/2009 registra amplamente esse novo grande feito.¹¹⁰

Tadeu (off)

A pergunta veio dos jornalistas: foi o golaço contra o Corinthians que levou o Nilmar para a seleção?

(Sonora Dunga)

Não. Se fosse assim, eu ia mudar a seleção toda hora. Imagina quando o Fantástico, que tem uns gols maravilhosos, eu ia trocar todo o time.

Tadeu(off)

Talvez o Dunga tenha pensado nos bolas cheias.

(Sonora Dunga)

Bola Cheia, então, ia estar cheio aqui.

Tadeu (off)

Não seja por isso, Dunga! O Rafael, Bola Cheia de abril, já se apresentou.

(Sonora Rafael)

Se você precisar, estamos preparados para vestir a amarelinha. Eu já estou com a minha. Se cuida, Robinho.

Tadeu (off)

E o Tiago, vencedor em março?

(sonora Tiago)

Meu ídolo na verdade é o Dunga.

¹¹⁰
26/05/2009.

<http://fantastico.globo.com/Jornalismo/FANT/0,,MUL1165819-15605.00.html>,

acesso em

Tadeu (off)

Se quiser alguém para Sub-9, o Renatinho foi o primeiro “Bola Cheia” do ano.

(sonora Renatinho)

Dunga, me convoque que eu faço a diferença.

Tadeu (off)

Mas, capitão Dunga, tem um candidato que já sabe até levantar taça. É o Diguinho, ganhador do troféu “Bola Cheia” de 2008.

(sonora Diguinho)

Dunga, sou o Diguinho, se lembra de mim? Se você tiver precisando de alguém aí no ataque da seleção que faça gol bonito, é só dar uma ligadinha aqui em Barretos que no dia seguinte eu estou aí no ataque da seleção.

Embalado pelo *status* conquistado, pelo agendamento acolhido, mas, sobretudo, pelo novo espaço público gerado no âmbito do programa e das mídias que mobiliza e que já configura uma rede social que opera na dinâmica de uma ambiência midiática, o “Bola Cheia” e “Bola Murcha” segue seu curso rumo a mais uma final do campeonato brasileiro de peladeiros. Os impactos desse processo, com vistas à nossa proposição, veremos a seguir.

5.2 SEGUNDA PARTE – A INTERATIVIDADE NO “FANTÁSTICO”

5.2.1 O foco nas operações da midiosfera

Nossa análise, que se ocupa de um exemplo de processo interativo com vistas à interação entre produção e telespectador na TV Aberta, em convergência com a Internet, parte da premissa da operação dos sistemas abertos e fechados na esfera da ambiência midiática

que, no exemplo verificado no “Fantástico”, expande o âmbito da tela eletrônica (em razão dos tamanhos das telas de plasmas, LCD e LDE, não parece mais apropriado referir-se a TV como telinha) para o âmbito das telas menores e portáteis da *Web*. E, mais ainda, promove um terceiro espaço de intersecção, que é a circulação de conteúdos característicos de uma mídia (de suas condições de produção, reprodução e consumo) na outra e nos hibridismos que resultam dessa comunhão. Assim, devemos resgatar nosso entendimento a respeito das dinâmicas de todo o sistema produtivo de uma emissora, sua estrutura organizacional-administrativa, seus dispositivos de produção e distribuição. Ou seja, o sistema de função mídia (ou empresa de comunicação) que, ao mesmo tempo em que cria sua autoproteção, necessita se acoplar aos demais sistemas de função (Luhmann), como o sistema econômico (financiadores, anunciantes, concorrentes, o mercado), sistema político (concessões públicas, leis protecionistas, impostos) e sistema social (organizações, sindicatos, associações). Com esses, por sobrevivência estrutural (sustentabilidade e resultado financeiro) ou conjuntura sócio-cultural (aceitação, consumo, fidelização), precisa interagir numa relação de interdependência.

De seu lado, o sistema de criação opera na dinâmica dos sistemas abertos (linguagem audiovisual, gêneros, narrativas, signos, leituras) e sofre tensão pela dissipação externa sujeita às lógicas culturais e de compreensão dos telespectadores, dos grupos sociais (tribos no sentido de Michel Maffesoli, 1991), das redes e comunidades virtuais (na *Web*). Sua dependência está no imponderável, nas variáveis externas que se dissipam (PRIGOGINE, 1990), para fora das suas estruturas modelizantes do *script*, do roteiro, do estúdio, dos esquemas da multicâmera, das normas de estilo, de redação, dos manuais. É uma frequente negociação de sentido sensível a um movimento de perturbação do equilíbrio, que exige uma reorganização por meio das atualizações de significado, das relações entre o signo e seu referente; uma rotina de permeabilidades e adaptações na construção do conteúdo que, no caso do consumo na TV, na Internet e nessa ambiência na qual as duas atuam em convergência, implica em gêneros, subgêneros e formatos mutantes, híbridos, renováveis. Trata-se de uma linguagem que se recicla e acolhe novas aplicações geradas no processo de produção de sentido no qual o receptor também apresenta suas demandas.

Como visto até aqui, acreditamos que não há como conceber essas ambiências, que resultam da intersecção das esferas de produção, circulação e consumo, sem conceber as operações conjuntas dos sistemas fechados e aberto que constituem esse lugar midiático de publicação, leitura e construção de sentido. A configuração que ganha a medição de audiência mostra-se um exemplo da conjunção dos sistemas na busca pela consumação de suas metas

(econômica, política, social e cultural). O dispositivo de leitura das preferências do telespectador serve tanto como indicador de desempenho (que serve como *ranking* para parâmetros de mercado – precificação e venda e espaço), como termômetro que acusa os níveis de satisfação e as tendências (vontade, gosto) do telespectador. Assim, qualquer processo que seja operado por meio dessa ambiência estará sujeito às lógicas dos sistemas isoladamente e as lógicas que resultam da sua intersecção. Dessa maneira, não podemos ignorar as dependências econômico-financeiras e seus impactos nas empresas de comunicação, as ingerências políticas comuns a esfera pública e social, mas também não há como se abster do papel que audiência, enquanto consumidor de conteúdo, cumpre como avalizador do produto audiovisual nesse jogo de tensões e interesses.

Resgatando isso, relembremos que nossa análise vai se ocupar de como essas operações de interpenetração desses sistemas no âmbito da midiosfera estão verificáveis no nosso *corpus* à luz das relações de produção e reconhecimento, das ofertas interativas e dos processos de interação: a articulação dos gêneros, da linguagem, discursivas e enunciativas, com vistas às marcas do telespectador.

5.2.2 O exame das condições de produção e reconhecimento – a formatação

Para efeito desta análise, é necessário retomar as condições nas quais o programa vive sua rotina de produção. O tempo em que está no ar e o tempo de exibição de cada edição por si só constituem uma particularidade. O programa “Fantástico” tem uma exibição dominical, em média, de duas horas de duração; são 52 por ano. Vinculado à diretoria geral de Jornalismo e Esportes da Rede Globo, é incluído na lista dos programas jornalísticos produzidos pela emissora e definido como revista eletrônica. Está no ar há 36 anos (2009). Sempre líder de audiência, mas em declínio na comparação com os resultados da década de 1990, vive, nos últimos três anos, o desafio de reter e fidelizar a maior parte do público que acompanha a programação da TV, especialmente aberta, no Brasil hoje.

A maleabilidade dessa revista eletrônica que se autorreferência como “mistura jornalismo e entretenimento”, tem sido apontada, pelas equipes de produção, como o principal trunfo de longevidade. De fato, num cenário no qual a oferta de conteúdo e meios de acesso se multiplica, a fatia da audiência que pode lançar mão das alternativas de programação já tem implicações importantes nos índices de telespectadores ligados na TV Aberta, nos domingos à

noite. Conseguir manter a liderança diante de uma evidência de diluição da audiência (no “Fantástico” já foi de 35%, com picos acima de 40, hoje raramente supera os 30% e luta para não baixar dos 20%)¹¹¹ é um feito. Todavia, entende-se que é exatamente essa pressão da audiência que induz as migrações dos conteúdos mais jornalísticos, para os conteúdos especializados, ficção e lúdicos. Conforme o público sinaliza, as opções se movimentam no sentido de apostar mais num ou noutro conteúdo. De certo modo, as equipes de produção do programa seguem uma tendência dada pelos medidores de audiência. E, mesmo que coadjuvantes, os outros canais (abertos ou fechados) também conferem determinado grau de influência. Na medida em que os concorrentes das outras emissoras (no ar no mesmo horário) apresentam atrações mais populares ou aumentam a carga em temas de atualidade (especialmente casos de repercussão – temas de política, de polícia) e essas opções encontrem eco entre os telespectadores, a equipe do “Fantástico” não tem como ignorá-los.

Como já vimos, a revista eletrônica é dividida em sete blocos, com seis intervalos, e conta com um orçamento acima de 17 milhões de reais. Equipes no Rio e São Paulo (com a ajuda da Central Globo de Produção, dos escritórios no exterior e das afiliadas da rede no Brasil) produzem o conteúdo que reúne reportagens, séries especializadas ou de ficção, quadros híbridos (documental e ficcional) e de humor, esportes e videoclipes. Do conteúdo produzido no exterior, parte é aquisição, mas o maior volume é realização própria das equipes. Um mosaico de produtos audiovisuais que vem sendo ajustado na configuração que o programa ganha ao longo da semana e que vai resultar nas 42 páginas (em média) de *script* levadas ao ar no domingo.

É, exatamente, a estrutura em blocos que ajuda na fragmentação temática e, sobretudo, de formatos narrativos. Diferentemente de um telejornal, cujo eixo estruturante é, no plano principal, a notícia, no “Fantástico” a informação é um ingrediente que se mistura à diversão, à brincadeira e ao curioso, ao bizarro. Aparentemente, verifica-se uma permanente desconexão narrativa. Um bloco pode ser todo ocupado pelo caso dos Nardoni (casal acusado de jogar uma criança pela janela do apartamento da família em São Paulo) ou por uma entrevista, concedida num presídio de segurança máxima, pelo traficante Fernandinho Beiramar - temas de atualidade como tantos outros tratados no programa com grande repercussão jornalística. Noutro seguimento, o tempo é ocupado por uma reportagem sobre a telenovela das oito (como foi com “Paraíso Tropical”, que discute a dificuldade de interpretação de uma

¹¹¹ Segundo o site ADNEWS a redução de audiência do programa nos últimos 10 anos foi de 30%. A que de 2008 para 2009, por exemplo, foi de 28,2 pontos para 23,4 (www.adnews.com.br, acesso em 14/10/2009).

atriz Alessandra Negrini), que mais tarde vai ganhar a contribuição do público por meio dos vídeos postados no *site* (nos quais anônimos encenam imitações da personagem mostrada na matéria). Ou então, um bloco exhibe o quadro de Denise Fraga “Retrato Falado” contando histórias engraçadas enviadas por telespectadoras e que se passaram na “vida real”, e o quadro sobre filosofia (com a professora Viviane Mose), ou sobre medicina, com o médico Dráuzio Varella. O ordenamento vai ser assegurado pelo *script* e pela dinâmica da promessa de adesão que durante a exibição está atribuída aos apresentadores. A forma como estão escritos os textos das cabeças (introdução para os VTs) e das chamadas e como são lidos pelos apresentadores, gravados e editados (como o cenário é virtual e existe a possibilidade do uso de muitos recursos gráficos, muitas cabeças são gravadas antes do programa ir ao ar). Acertar o tom e o equilíbrio dessa mistura implica num grau de complexidade nos processos de produção do programa que exige uma flexibilidade nas rotinas de realização.

O primeiro desenho (espelho) da edição semanal surge na terça feira, durante a reunião de pauta. O espelho sempre arranca elencando o material já disponível, como os episódios das séries, dos quadros fixos. Depois, na medida em que as pautas são confirmadas ou adiadas ou que surjam novos temas de atualidade, as alterações vão sendo processadas, o que se repete até o momento em que o programa está no ar. A tensão, que joga a equipe de produção do programa num compromisso com o acerto, por outro lado, estimulou o relacionamento com o público. Para jogar na disputa pela atenção do telespectador, nos domingos à noite, foi preciso, em primeiro lugar, reconhecer que o programa existe esse tempo todo porque há um público cativo; em segundo, admitir que era necessário saber mais sobre quem era esse público, quais suas preferências.

Além dos meios convencionais de pesquisas quantitativas, os das experiências de diálogo direto (como já relatadas), percebe-se que houve a adoção do recurso da tentativa e erro, do risco. E logo o programa incorporou nas suas práticas a experimentação e o espaço laboratorial de formatos. As linhas de fronteiras tenderam a ficar relativizadas. Inclusive editorialmente, o “Fantástico” pode sempre ir além. O documentário sobre os Falcões do Tráfico (realizado pelo *rapper* MV Bill, nas periferias dos principais centros urbanos do país) ou uma entrevista com o traficante Fernandinho Beira-mar, criticando o sistema prisional, normalmente não seriam exibidos em outros espaços de jornalismo da emissora. Mas acredita-se que o maior impacto foi no relacionamento com o público. Ao conhecer melhor o telespectador, ao experimentar, o programa passou a desenvolver um diálogo por intermédio da TV e da rede que já mobiliza na sua página na Internet, por meio do qual consegue atualizar sua promessa tanto de conteúdo quanto da forma de apresentar esse conteúdo. E

quando cumpre a promessa e ela interessa ao telespectador, há uma adesão. Não podemos esquecer que, nos textos do programa, os apresentadores sempre se dirigem ao público como você e que quando começam as contribuições por meio da *Web*, há uma convocação para ajudar o “Fantástico”.

De outra parte, o público hoje dispõe, além da TV Aberta e Por Assinatura, da *Web* e do Celular para assistir o conteúdo do programa. A recepção na hora certa e por meio do mesmo canal de exibição incluiu outras possibilidades de horário e mídia. A experiência de mandar comentários para a produção sobre temas que acabaram de ser abordados evidencia um novo hábito de ver TV e estar *on-line* pela Internet ao mesmo tempo, comportamento que tanto pode não ser generalizado quanto ignorado. Mesmo que apenas $\frac{1}{4}$ da população brasileira tenha acesso à *Web*, a rápida popularização da telefonia móvel e as evidências da entrada no mercado de aparelhos de TVs com o *middleware* Ginga colocam as condições de recepção num cenário multiplataforma, de convergência e interoperável.

É nessa perspectiva e cenário que o “Fantástico” introduziu, em 2007, o programa “VC no Fantástico”, usando um sistema de *upload* de vídeos exclusivamente desenvolvido para o programa (em 2008 novo sistema passou a atender a qualquer programa da emissora - quando foram criados os outros espaços de contribuição chamados de *VCs*, como RJTV, VC no JH, VC na Globo News, etc.). Em 2008, foram enviados 6.264 vídeos para o quadro “VC no Fantástico”. Em 2009, até julho, já haviam sido enviados 32.378 vídeos (dados fornecidos pela emissora). A progressão dos números por si já mostra um significativo crescimento nessa adesão, mas principalmente evidencia que as condições de produção e recepção operam em esferas expandidas daquelas usuais.

Não podemos esquecer que qualquer emissora obedece às referências estéticas que lhes asseguram identidade institucional e editorial, mas que também contribuem com os referentes embarcados na promessa de gênero do canal e do programa. E, nesse sentido, as condições de produção são modelizadas pelos sistemas de produção da emissora, começando pela pauta. Se observarmos a experiência do quadro “VC no Fantástico” e, mesmo, do “Retrato Falado”, há um direcionamento evidente, não só nos temas, mas no enfoque que é sugerido na convocação para o telespectador participar. Basta lembrar que, nas primeiras chamadas para o público participar do quadro interativo, o apresentador Pedro Bial dizia: *“Agora um convite. Que tal fazer parte do Show da Vida, mostrar seu talento aqui no programa, ajudar a fazer o Fantástico? É só mandar um vídeo para cá.”*

Não obstante o gesto cordial de aproximação, já ficava claro que o tema e o espaço de contribuição estavam delimitados; dever-se-ia mostrar talentos, ou seja, ser performático.

Desde os primeiros movimentos, a proposta era lúdica. Da mesma maneira, verifica-se na convocação que marcou o início do quadro “Bola Cheia”, “Bola Murcha”, quando o apresentador Tadeu Schmidt anuncia que, mesmo não havendo jogo pelo campeonato brasileiro de futebol, o telespectador não vai ficar sem “*os melhores e os piores momentos*”. No quadro “Retrato Falado”, o texto de abertura lido pelo apresentador Zeca Camargo cumpre a mesma função delimitadora: “*Quem vai contar e representar esta angustiante e divertida história da vida real é a Denise Fraga*”. A informação de história “angustiante” e “divertida” da vida real, representada por uma atriz, além de servir de referente de leitura para o telespectador, deixa claro que as contribuições que serão selecionadas precisam contar com ingredientes de diversão, serem reais, e seus protagonistas devem concordar com a mistura de realidade e ficção.

Outro traço modelizante de produção são os processos de seleção. Mesmo que a produção possa ser caseira e não haja limitação de tempo, e o próprio realizador deposite no sistema, no caso do “VC no Fantástico”, o vídeo naturalmente passa por vários filtros antes de ser publicado na *Web* (é a atuação dos moderadores, cuja missão, em princípio, é evitar a circulação de vídeos com conteúdo ilegal, mas averiguar a adequação com a proposta original). Para chegarem a ser veiculados no programa, os vídeos são selecionados. A própria convocação feita por Tadeu Schmidt para o “Bola Cheia”, “Bola Murcha” já evidencia o processo de escolha da produção. Ele diz que bastaria documentar as jogadas bonitas ou bizarras das *peladas*, “*mandar o vídeo pra cá que a gente (a produção) seleciona*”. São também editados segundo a forma de apresentação do “Fantástico”, ou seja, um apresentador vai introduzir o tema lendo um texto pré-editado como em qualquer outro texto de reportagem do programa. Os vídeos selecionados não entram na íntegra; independentemente do tempo, são comentados por uma narração em *off* do mesmo apresentador, como foi possível observar em todas as descrições apresentadas na primeira parte deste capítulo.

O apresentador escolhido, via de regra, já tem uma familiaridade com o público que se divide entre a TV e a Internet. Recordemos que, nos primeiros convites, o apresentador é Pedro Bial, já conhecido de telespectadores e internautas pela experiência do “*Big Brother Brasil*”, onde este tipo de relacionamento tem sido bastante explorado. Ou então, a produção opta por Zeca Camargo, que, durante a série “Volta ao Mundo” (que ele realizou para o “Fantástico”), se deslocava de um país para outro, de acordo com a escolha do telespectador, que se dava por meio da *Web*, durante as exhibições de domingo, ou seja, também já experimentou o relacionamento com os telespectadores/internautas. Por fim, Tadeu Schmidt que, embora tenha pesado seu vínculo com as informações esportivas, já assumiu outros

quadros de interlocução com os telespectadores – internautas. Além disso, introduziu um estilo de texto que simula um diálogo com o público. Sempre olhando para a câmera, ele emprega o uso da terceira pessoa do singular. Toda vez que convida o telespectador à participação no quadro, recorre ao *você gravou a jogada de craque ou o mico da semana, então manda para o nosso site. Você pode ser o “bola cheia” ou o “bola murcha” do próximo domingo*. Ou ainda, quando faz a descrição de uma jogada, mesmo em *off*, como no exemplo do goleiro que comemorou precipitadamente ao final de um campeonato amador na Bahia, quando Tadeu disse: *Agora prestem bem atenção neste pênalti. O quê? Vamos ver de novo*. O discurso busca produzir efeitos dialógicos. Prevalece, sobretudo, a promessa de interatividade. Assim, as dinâmicas de adesão e posterior reconhecimento são resultado de uma construção que se dá antes. Decorre de um processo que começa há mais tempo na ambiência da midiosfera, onde todos estes elementos vão criando os vínculos entre produção e telespectadores – internautas, numa resignificação ligeiramente diferente do conceito de código, tal como pensou Umberto Eco (2000). Em outras palavras, não se trata de um processo dado; ele é construído na dinâmica dos dois processos sugeridos por Jost (2004 – promessa e adesão, verificação) e depois consolidado na fidelização através do contrato por vínculo, como propomos a partir de Verón (1997).

5.2.3 O “Fantástico” na Midiosfera

Se pensarmos na nossa proposição de midiosfera (recordemos na figura 10 abaixo), teríamos a lógica de produção, geração e distribuição do “Fantástico” operando na dinâmica do SPD (Sistema de Produção e Distribuição). Começa pelas rotinas da equipe que produz para um programa, que se organiza em blocos e, no interior destes, quadros. A proposta editorial (informação com entretenimento) exhibe um planejamento anual que se delimita por um orçamento pré-estabelecido. Plano que incluiu a realização de um número de séries temáticas (saúde, física, filosofia, natureza, economia doméstica), *mini-realities* (acompanhar rotinas de famílias ou pessoas que passam a receber ajuda para resolver problemas domésticos, como o atual “Liga das Mulheres”), séries de ficção e humor (produzidas sob a coordenação da Central Globo de Produção – muitos projetos são executados por produtoras independentes), as reportagens jornalísticas, os quadros interativos (“VC no Fantástico”). As condições de produção ficam, assim, submissas à regulação dos sistemas de realização

audiovisual de produto em uma empresa comercial de porte que se regem pelas seguintes lógicas:

- a) Respeitam os processos institucionais e econômicos que contemplam a gestão das metas e dos recursos: planejamento, orçamento, logística, cronograma, prazos. No início de cada ano, o número de séries, episódios, viagens (especialmente internacionais), aquisições, inovações, investimentos (cenografia, grafismo, novas mídias, produção externa, etc.) é conhecido (naturalmente sujeito a alterações conjunturais que ocorram ao longo do ano);
- b) Seguem os processos de produto: formato, estética, tamanho (tempo de VT e número de episódios, a divisão em blocos e quadros);
- c) Obedecem aos fluxos de captação, montagem, exibição e transmissão em equipamentos padrão (sinal irradiado ou disponível para *download*).

Da mesma forma, o sistema simbólico segue as diretrizes editoriais (nas escolhas temáticas, nas seleções das abordagens) e respeita as gramáticas da linguagem audiovisual aplicadas às especificidades de recepção da TV e a *Web*. Como podemos observar no material analisado do conteúdo colaborativo dos *peladeiros*, as gravações usam planos contínuos, tomados com câmeras na lateral do campo, num ângulo e ponto de vista usual nas transmissões oficiais de futebol, os quais o cinegrafista amador está acostumado a ver enquanto telespectador.

Por sua vez, o SSi manifesto nesses textos colaborativos produz, por meio das lógicas de produção da TV, uma delimitação às estruturas narrativas, sem se abster das referências sógnicas que vão estar embarcadas nas promessas de cada texto (ou quadro) apresentado no programa. No caso do “VC no Fantástico”, como já destacado, o quadro vai privilegiar temas mais lúdicos, menos controversos. No “Bola Cheia” e “Bola Murcha”, vamos ter o futebol, que é um consenso nacional. Esse material colaborativo ainda vai passar por dois filtros de edição (primeiro a seleção daqueles que vão ao ar e, depois, a montagem propriamente daqueles que serão veiculados), para que sua montagem se aproxime das montagens usuais da TV e as marcas que remetem às gramáticas da Internet sejam identificadas pelo telespectador.

Lembremos que o formato obedece à estrutura comum às reportagens dos programas informativos da TV: cabeça de apresentador, texto descritivo em *off*, sobre som de ruídos ou falas gravadas no mesmo momento da gravação, sonoras e pé de página. Na parte gráfica, a máscara que enquadra as imagens reproduz uma forma semelhante àquela adotada pelos

softwares de vídeo na Internet. Além de remeter às condições de produção e publicação da *Web*, serve para justificar que aquela imagem, dentro da moldura, não tem o mesmo padrão de definição e qualidade habitual da TV e do programa.

E, como é comum nos sistemas simbólicos, quando o processo é executado, esses princípios se dissipam, tanto nas contribuições do telespectador – internauta quanto nos processos de reconhecimento. Verifica-se um grau de imprevisibilidade nas respostas do público, como foi possível perceber na primeira convocação do programa para as encenações dos personagens vividos pela atriz Alessandra Negrini, na telenovela das 8 (foi necessário fazer uma nova chamada), ou então na resposta que o telespectador-internauta deu na opção pelos lances de *peladas*. Foi o número de contribuições, a resposta do telespectador e o apelo que o tema futebol (que encontra amparo nas práticas e preferências culturais do país) que animaram a produção do programa na criação de um campeonato anual.

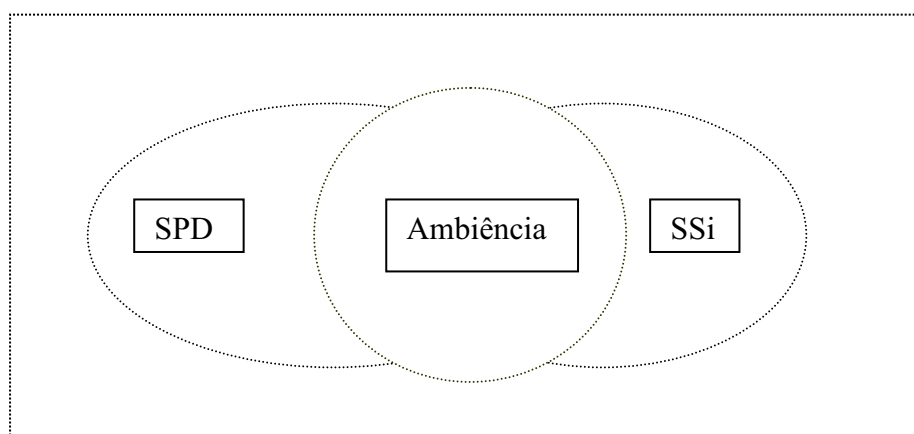


Figura 10 – Representação figurada da Mídiosfera

São o jogo e as tensões entre os sistemas e os sujeitos comunicacionais que se travam no espaço visível e no espaço virtual dessa ambiência. Se pensarmos no SPD, os desequilíbrios do sistema tendem a ser gerados pelas relações com os outros sistemas de função: o econômico (crise no mercado mundial), que sempre implica em contingenciamento orçamentário para um programa (pode cancelar quadros, viagens), o político (conjunturas eleitorais ou conflitos de campos sociais), que exige um tratamento diferenciado de cobertura e investimento, o social (quando eventos de atualidade, com forte impacto coletivo, acontecem), que exige novos agendamentos e diversificação de produção. No SSi o desequilíbrio ainda pode significar movimentos da audiência que obrigam a renovação de estratégias institucionais e de relacionamento com o público. O “Fantástico”, quando atua de maneira autorreferente, aderindo ao agendamento de temas das telenovelas, ou mesmo,

pegando uma carona no sucesso de público de personagens ou tramas da linha de dramaturgia da emissora, faz um movimento na direção das preferências do telespectador. Quando atualiza suas promessas nos quadros apresentados no programa, como vimos na evolução, primeiramente no “VC no Fantástico”, depois na performance do “Bola Cheia” e “Bola Murcha”, novamente opera na dinâmica de negociação com audiência.

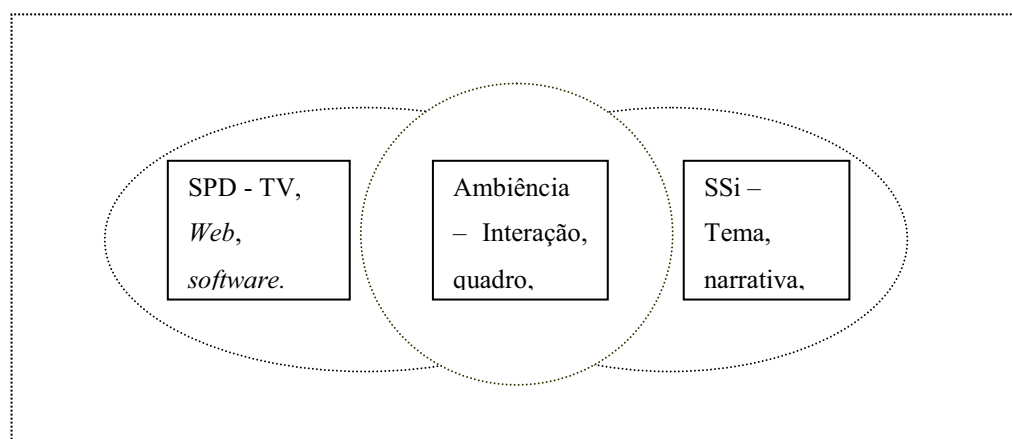


Figura 11– dinâmicas na convergência de mídias.

Desta maneira, acredita-se, o exemplo das condições de produção e recepção do Fantástico, verificáveis no exemplo do “VC no Fantástico”, mostram efetivamente os dois sistemas coabitando e interagindo no mesmo espaço conquistado pelo midiático no macrossistema social. Se pensarmos no esquema de elipses (figura abaixo), teríamos um sistema permeando o outro e, dessa interação é que se constituiu um lugar, um espaço, um terreno virtual de confronto entre as duas lógicas, mas, ao mesmo tempo, de realização, de consumação. Da interpermeabilidade que se dá entre as ofertas interativas da convergência narrativa entre TV e Internet, pensando a partir do conceito de fluxo de conteúdos entre suportes de Jenkins (2008), e da configuração multimídia que desta operação resulta (SPD – onde a geração do conteúdo colaborativo é viabilizada pelo *upload* via *site* do programa e a exibição massiva é feita na TV que, por sua vez, reenvia o texto audiovisual ao *download*, na página da *Web*), e os processos de interação (SSi - a tematização do futebol, usando a narrativa da câmera portátil na lateral do campo ou da quadra, o formato de reportagem dialógica com o telespectador), evidenciadas na experiência do “Bola Cheia” e “Bola Murcha”, se configura e efetiva a ambiência de interação. Há a constituição de troca e negociação que se observa na estrutura que ganha o quadro do programa e das leituras ali operadas. Considerando que os dois sistemas têm capacidade autopoietica, é nesse lugar de interação que reorganizam suas operações em busca do equilíbrio e da continuidade. A

produção do “Fantástico” e os *peladeiros* experimentam, neste lugar da ambiência midiática, uma esfera de produção de sentido, onde o real e o imaginário, o material e o virtual convivem.

5.2.4 Verificação dos tipos de interação estabelecida entre os interlocutores - promessas, adesões e contrato

No segundo capítulo, destacamos que nossa noção de interatividade e de interações se articula a partir da perspectiva de intersecção destes na dinâmica da mídiósfera, onde cada qual vai contribuir para contextos interativos por meio dos quais se promovam as “múltiplas interações” pensadas por Primo. Razão que nos faz acreditar numa distinção entre interatividade e interação, entendendo que todos os dispositivos tecnológicos, os processos e contextos, promovidos pelos sistemas fechados, especialmente de circulação e consumo de conteúdo, promovem ofertas interativas, por meio das quais os sistemas abertos de criação e contribuição servem às múltiplas interações, seja entre o sujeito e a máquina, seja entre sujeitos.

Assim, esses dispositivos, na dinâmica dos seus contextos e processos guiados por um ordenamento sistêmico, são portadores de objetivos funcionais na estrutura da ambiência midiática. Na mídiósfera, percebemos essa dinâmica de interatividade em duas categorias: a que promove a interação homem-máquina (é necessário navegar no *software* para obter os resultados desejados) e a que, como meio, permite a mediação entre produtor e receptor na construção e publicação do conteúdo. No entanto, todas as interações, operadas naquelas dinâmicas, resultam em produção de sentido materializadas em textos.

Dito de outra forma, a interatividade comporta os meios (enquanto suporte), os dispositivos tecnológicos e semiodiscursivos, as regras e regulações (enquanto estruturantes do processo previsto, pré-programado no sistema operacional ou nos aplicativos disponíveis nesses meios). Interação, por sua vez, abriga as relações, suas imprevisibilidades e a construção simbólica que dela resulta. Essa perspectiva nos permite transpor os limites de compreender interatividade no âmbito restrito da mediação de cada mídia e alcançar uma esfera multiplataforma na qual os aplicativos ganham uma transversalidade. Tal propriedade é que amplia as possibilidades de interação, facultando aos sujeitos da comunicação outros níveis e espaços de relacionamento e outro tempo de trocas, contribuições.

5.2.4.1 Ofertas Interativas e Processos de Interações

Tomando o exemplo do quadro “VC no Fantástico”, vamos encontrar na mediação da TV, que opera em sistema aberto de distribuição do sinal de áudio e vídeo (portanto uma plataforma que fala para muitos), as condições de mediação para a convocação à contribuição interativa. “*Nos ajude a fazer o Show da Vida*”, pede o apresentador, na certeza de que está falando para, no mínimo, 40 milhões de telespectadores no país. Esse tipo de convocatória e mobilização (que, como vimos, foi sendo progressivamente alimentado pela produção do programa) é reiterado em todas as experiências de relacionamento com o público.

No quadro “Retrato Falado”, as mulheres são chamadas a enviar suas histórias. A atriz Denise Fraga, no final do quadro (do exemplo descrito na primeira parte deste capítulo), disse: “*A próxima pode ser a sua. Escreva pra gente*”. No “Bola Cheia” e “Bola Murcha”, o apresentador Tadeu Schmidt sempre encerra questionando se o telespectador gravou um gol bonito ou um lance ruim e sugere que mande o vídeo para a “*página na Internet. Quem sabe você não entra nessa seleção do Fantástico*”. E a resposta do público veio. No “Retrato Falado”, foram 70 casos reais, relatos em texto de *e-mail* e carta; no “Bola Cheia” e “Bola Murcha”, mais de seis mil vídeos em 2008.

Nas ofertas interativas da Internet (como meio de conexão com a equipe produção) e nos aplicativos de *upload* de vídeos, de mensagens e textos escritos, disponíveis na página do programa (como canal de retorno), verifica-se a constituição de ferramentas, de espaço e de meios de comunicação *on-line* entre o público e as equipes de produção do programa. O acesso à página, as manifestações, sugestões e vídeos postados seguem as lógicas de processos de interação que, num primeiro estágio, necessitam de uma interação com os aplicativos e aplicações (*software*) que exigem um conhecimento (para navegação) e uma relação com o meio (computador/Internet).

Num segundo momento, com as equipes de produção em si que demandam uma aproximação temática, as contribuições devem, em princípio, estar alinhadas ao assunto proposto (vídeos de imitação de Elvis, performances de animais domésticos, encenação do personagem da novela, os lances das peladas de fim de semana). Há também colaborações para pautas que vão ser usadas exclusivamente no canal e na revista impressa, como é possível observar no “Canal F” e no “Emplacou”. Vale lembrar a iniciativa de uma estudante de Ilha Solteira (SP) que, estimulada por uma reportagem que foi ao ar na TV sobre o toque de recolher em algumas cidades do interior do país, criou uma letra de música sobre a

“*polêmica medida e, com a ajuda de amigos, chegou a produzir um videoclipe*”. O conteúdo não apenas revela uma ação de resposta ao agendamento temático da reportagem, mas confirma o desenvolvimento de um processo de interação entre a equipe de produção do programa e o telespectador. Mais, os dispositivos interativos oferecidos na página do “Fantástico” na *Web* se vinculam aos processos (discursivos) de interação da TV.

A ideia de multiplataforma também se configura na medida em que as interdições (no sentido de FOUCAULT, 1996) ainda presentes na pauta da mídia TV podem ser superadas no espaço de comunidade virtual que termina por se gerar no *site*. Basta ver o caso das reportagens produzidas a pedido dos Telespectadores-Internautas, exclusivamente para o Canal F. É o caso da matéria sobre a obra de Chico Xavier, considerado o maior médium brasileiro. A equipe do programa vai atrás do tema e, depois, divulga detalhes sobre o filme que trata da vida de Chico Xavier, na época em gravação no Rio de Janeiro.

Os vídeos postados obedecem às regras implícitas para viabilizar sua veiculação, ou mesmo, disponibilização na galeria da *Web*, tais como evitar nudez, palavras de baixo calão, ou qualquer ordem de discriminação. Antes da postagem, é preciso se cadastrar e concordar com as regras que incluem uma autorização de uso do conteúdo. Quando algum vídeo descuida desses preceitos, que respondem a códigos morais (pactos culturais), legais (pactos políticos e sociais) e editoriais (pactos institucionais), às interdições, a edição naturalmente se encarrega de, através de recursos de montagem, neutralizar a transgressão (é o caso do uso do som *bip* sobre eventuais palavrões presentes no áudio original do vídeo, recurso já bastante comum no uso de vídeos colaborativos).

As condições de exibição seguem os modelos da TV e a da página na *Web*. Portanto, são processos de interação sujeitos à autoproteção dos sistemas de função (LUHMANN 1995) e a “autopoiésis” (MATURANA e VARELA, 1995) nas dissipações (sistemas abertos), o programa coloca no ar a contribuição de telespectadores gravadas em câmeras de baixa definição, que tenderiam à entropia. Persistem as lógicas e dinâmicas dos sistemas fechados e abertos em ambientes sociais, no caso, virtuais.

O exemplo do “VC no Fantástico”, quando recorre à convergência entre TV e Internet, agenda o tema e coloca no ar as contribuições dos telespectadores, mostra ofertas interativas e interação como processos que se vinculam às lógicas de sistema fechado e aberto. Reflete suas dimensões processuais e contextuais, quando convoca os “*peladeiros*” para enviarem seus registros dos jogos de fim de semana, inicialmente, mostrando exemplos (de forma didática) e depois criando um formato de exibição por meio da TV.

Da mesma forma, quando o programa adota a *Web* como canal de retorno, gerando uma galeria de lances na página da Internet, acolhe como forma de espaço público interligado com a TV uma esfera compartilhada originalmente por internautas. Esses sujeitos, que antes se restringiam ao ambiente das redes sociais virtuais, migram para a rede dos televidentes (OROZCO, 1992). Deslocam-se de um espaço segmentado para um espaço de grande público. Dessa forma, comprova-se que, em todas as operações que ocorrerem nessa ambiência midiática, ambos os sistemas (fechados e abertos) atuam como articuladores, protagonistas.

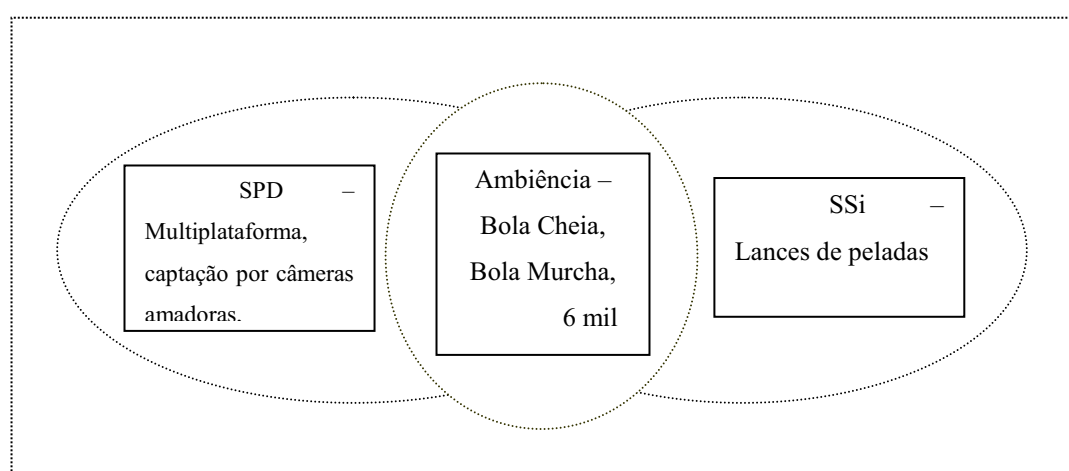


Figura 12 – Mídiosfera na dinâmica do *Bola Cheia* e *Bola Murcha*

Nesse sentido, sem a conjunção dos dois sistemas, não há como configurar-se um ambiente interativo propenso às interações no âmbito da mídiósfera. O exemplo do Fantástico tende a confirmar que são as ofertas interativas – geradas a partir do SPD, que envolve os dispositivos tecnológicos de produção, geração e circulação dos vídeos – e as interações operadas na lógica do SSI - que contempla dispositivos semiodiscursivos de colaboração e construção de sentido - que resultam nas trocas, nas tensões e nos valores que promovem ou articulam os processos de produção de sentido. O quadro “VC no Fantástico” somente se viabilizou quando a emissora aprovou a proposta da produção do programa de ampliar as experiências de interação do ambiente restrito da mídia Internet, portadora de dispositivos interativos, para o ambiente da TV (ainda sem o Ginga).

Como vimos, foi adotado um sistema de postagem de conteúdo exclusivo para o programa. A Internet passou a cumprir a função de canal de retorno, e a página do “Fantástico” teve ampliada sua condição de espaço de interlocução *on-line* com os telespectadores. Os processos de contribuições, primeiro atendendo aos chamados mais performáticos e, depois, intensamente com os vídeos de peladas de fim de semana, animaram

essa relação entre a produção do programa e seu público. Das operações, nesse ambiente, surgiu o quadro “Bola Cheia” e “Bola Murcha”, seis mil vídeos (uma média de 500 por mês) em 2008 (cem vezes mais em 2009 - 32 mil vídeos até julho). O quadro, como resultado dessa intersecção dos sistemas (no âmbito da mídiósfera), ganhou personalidade própria (grafismo e espaço fixo no programa), um concurso nacional (com eliminatórios mensais), mobilizou personalidades do esporte e do mundo cultural (jogadores, músicos e atores) e terminou por introduzir, na agenda do futebol oficial, o desempenho dos *peladeiros* (vencedores receberam títulos em solenidades da CBF) e transformar os destaques do quadro em celebridades (*peladeiros* foram levados para um jogo no Maracanã e ganharam tratamento de estrelas, numa produção custeada pelo programa).

Assim, efetivamente, pode-se conceber que os processos criativos e de produção somente se viabilizaram enquanto interação a partir da operação de convergência (TV-Web); no caso do “Fantástico”, constituíram as ofertas de interatividade e a ambiência midiática que desta conjunção resultou. Como já visto, os processos de promessa, texto, leitura e compreensão se fazem presentes em todas as formas narrativas produzidas pelos sujeitos, independentemente do suporte nas quais se apresentam.

5.2.4.2 Níveis de Interação - Articulações de Produção e Reconhecimento

No âmbito das ofertas interativas, a luz das taxonomias listadas no segundo capítulo, inicialmente pensando nos níveis de autonomia (em relação ao aparelho de TV para escolher o que assistir - da opção simples de desligar, passando pelo *zapping* às escolhas de programação, câmeras em transmissões ao vivo e até participação colaborativa), vamos encontrar, nessa experiência do “VC no Fantástico” e do “Bola Cheia” e “Bola Murcha”, características do quinto nível interativo. Consideramos aqui a escala de sete níveis elegidos por André Lemos Becker e Montez (2004), no qual seria possível enviar vídeos de baixa qualidade, gravados com câmeras amadoras, *webcam* e, mesmo, analógicas. Nas contribuições dos dois quadros, os vídeos são enviados por telespectadores do programa por meio de um canal de telecomunicação, que é a banda larga via *Web*. O vídeo é enviado de um computador pessoal para o portal da rede Globo e armazenado na página do Fantástico.

Do ponto de vista dos tipos de assimetrias - dos dispositivos de recepção do conteúdo audiovisual (direto ou *download*) e contribuição (escolhas simples, mensagens, *upload*) -

teríamos uma transmissão bidirecional assimétrica (perspectiva de Barbosa Filho e Castro, 2008). Nela o programa usa um retorno *off-line* à TV por meio de outro canal, a *Web*, no qual se verifica a participação do telespectador na condição de internauta (diferentes atores sociais), constituindo um ambiente de redes sociais e colaboração mediante a produção de conteúdos audiovisuais. Com relação às categorias de serviços disponíveis (informações sobre programação e programas, venda e gravação de programas, serviços públicos – aplicativos de acesso aos programas sociais e de cidadania dos governos –, serviços de educação a distância, serviços de comunicação interpessoal como *e-mail*, *chat*), teríamos informações sobre o programa e sobre o quadro disponíveis na *Web*. De alguma maneira, a página na Internet também oferece o serviço de *chat*, mas a tematização dos debates segue a agenda do “Fantástico”. Normalmente, os telespectadores podem, após a exibição do programa na TV, conversar (em salas de bate papo mediadas) com um personagem, especialista, ou mesmo, com um jornalista da equipe que esteja envolvido em algum conteúdo exibido.

Do ponto de vista das interações, a relação com o conteúdo, entre a instância da recepção, pode ser verificada por meio das possibilidades disponíveis na máquina, respostas e seleção das ofertas efetivas – a chamada interação reativa – numa relação de causa e efeito. É o caso da resposta dos telespectadores à convocação da equipe do “Fantástico” para que aquele contribua com o programa. Todavia, também é possível verificar que, na relação entre os sujeitos da comunicação (produção e telespectador) no consumo, há uma troca de mensagens. No primeiro estágio quando o telespectador-internauta responde, cadastra-se e manda os primeiros vídeos, numa interação mútua, mas coativa. Há uma verificação da promessa de interatividade. No segundo estágio, quando troca *e-mail* com a redação, cuida dos aspectos narrativos das imagens gravadas e da edição, manda sugestões de pautas, participada da comunidade criada nos *blogs* e no Canal F, a interação evolui para uma perspectiva mais integrada entre as duas instâncias do processo comunicativo. Nesse sentido, encontramos um processo de negociação mútua (PRIMO e CASSOL, 2008) e pró-ativo (REIMAN, 2002), no qual o usuário contribuiu, ainda que não tenha o controle total da estrutura e do conteúdo que efetivamente vai ao ar.

Se pensarmos nos dois níveis da proposta comunicacional de Jost, há a promessa de interatividade por meio deste sistema. Quando envia o vídeo, o telespectador exige que a promessa seja mantida. Quando vê o material na *Web*, verifica se ela foi efetivada. Depois, passa a negociar com as normas de seleção da equipe de produção. Nessa fase, toma como referência a interface permitida pelos gêneros e sua promessa constitutiva. Na medida em que percebe a dinâmica dos jogos narrativos, trabalhados no programa a partir das referências

ontológicas (comédia é aquilo que faz rir; a transmissão ao vivo é imagem mais autêntica; os programas de informação falam da realidade; as novelas são histórias de ficção) faz sua adesão. E a cada contribuição que faz pela *Web*, mostra que aceita que a reportagem sobre uma novela seja notícia, que a busca por um criminoso de ficção se transforme em fato, mas que tudo é uma brincadeira naquele espaço virtual do qual aceitou participar.

É a partir desse momento que o telespectador faz um contrato provisório com a emissora. Submete-se às condições de realização, de envio e publicação em busca de uma visibilidade e de protagonismo, sobretudo se considerar que, mesmo com todos os filtros, há um novo espaço de relacionamento, de atuação, outra condição de ele ver a TV, que agora inclui a Internet, a revista, etc. Acredita-se que é partir dessa dinâmica que se constitui uma relação do telespectador com este canal, que alimenta e se alimenta no espaço da ambiência midiática, da midiosfera, que este lugar promove uma dimensão de negociação permanente de sentido.

5.2.5 Exame da Interferência dos Meios técnicos de Produção, Circulação e Consumo

Mesmo que as experiências de interatividade sejam anteriores à *Web*, a dinâmica que os dispositivos tecnológicos vêm impondo à televisão se dá em outro nível. Essa aproximação com telespectadores via rede de banda larga, inegavelmente, possibilita um tipo de relacionamento diferenciado. Mesmo com todas as tendências de controle por parte da emissora, a possibilidade de produzir um vídeo e enviá-lo insere o telespectador em outros papéis mais ativos e, de certo modo, participativos – de outra parte, mais exigentes. O sistema de circulação de sentido tende a ser mais complexo. Na medida em que o telespectador é também um produtor em potencial, ao passo que ele apreende o jogo narrativo, as negociações de produção simbólicas podem ser mais dinâmicas, porém qualificadas. No caso do “Bola Cheia” e “Bola Murcha”, a maior evidência está no exemplo da Lívia, que postou um vídeo em julho de 2009. A cinegrafista de “peladas” comemora por ter filmado um “*bola murcha*”: *Eu filmei um “bola murcha”. Eu filmei uma “bola murcha”...*

Na própria evolução das contribuições no “VC no Fantástico”, são percebíveis pequenas fugas do telespectador em relação às tendências narrativas e editoriais apresentadas pela emissora, tanto nas suas reportagens que antecediam as convocatórias, como na própria trama da novela. É o caso dos vídeos “microondas assassino” e “morte da Barbie”, em que, de

alguma maneira, há uma ironia em relação à valorização e à factualização que o programa dá a um assassinato ficcional de uma novela. O fato é que as condições de circulação e consumo da TV entram numa transição rumo a uma mudança. Sem a digitalização, que facilitou a captação de imagens por meio dos aparelhos celulares (portadores de câmeras com cada vez mais capacidade de capturar imagens com boa definição), a popularização de câmeras domésticas, nenhum tipo de contribuição na escala verificada no “Bola Cheia” e “Bola Murcha” e nos sites de relacionamento seria possível.

Da mesma maneira, estão os meios de edição de imagens, hoje livremente disponíveis na rede de computadores e acessíveis nas *Lan Houses*, como também as opções de publicação na Internet (reiteradamente citadas). Some-se a oferta dos dispositivos de captação, edição e publicação, a apropriação do público aos dispositivos narrativos do audiovisual. A alfabetização trabalhada pela TV junto aos telespectadores durante mais de 50 anos, nos quais a repetição de conteúdo foi uma marca da paleotelevisão e da neotelevisão (ECO, 1985), parece produzir resultados na pós-televisão (DUARTE, 2004). A forma como são gravados os conteúdos colaborativos no caso do “VC no Fantástico” e “Bola Cheia” e “Bola Murcha”, revelam um mínimo cuidado com enquadramento, o ponto de vista, a variação de planos ou os planos contínuos para não perder o deslocamento da bola nas gravações de futebol. Mesmo que essas marcas ainda mostrem um estágio primário da manipulação da gráfica televisual, elas são visíveis nos textos publicados na *Web* e na TV, como podemos constatar nos vários frames mostrados ao longo da primeira parte deste capítulo.

Se ampliarmos essa perspectiva para o leque de dispositivos de recepção que leva os conteúdos da TV para a Internet, o Telefone e todo o tipo de receptor móvel, gradualmente há um empoderamento do telespectador sobre o momento, o local e a forma com os quais quer ver, assistir um conteúdo produzido na televisão. Os números mostrados no terceiro capítulo, p.100, com base em dados do IBOPE de outubro de 2009, nos remetem a um quadro de milhares de pessoas conectadas (lembremos que conforme esta fonte são mais de 35 milhões que acessam a rede; se considerarmos a estimativa do acesso via *Lan House*, há uma estimativa de que são mais de 60 milhões) no Brasil e um grande percentual (mais de 12 milhões) com acesso banda larga, cujos hábitos incluem, principalmente, o uso da rede para assistir e compartilhar vídeos. A frequência de acessos à página do “Fantástico” e mesmo ao portal da Rede Globo (o Globo.com, hoje G1), que registra milhares de vídeos (mais 40 milhões em 2007 de acordo com comunicação divulgada pela empresa, como já indicado no mesmo terceiro capítulo, p. 101) assistidos, é uma evidência desse deslocamento do público para uma situação de ruptura com a ditadura da grade de programação – um mesmo horário e

um mesmo lugar. As pesquisas de tendências e comportamento (mostradas no segundo capítulo) também apontam na direção de uma preferência dos jovens por outras formas de ver TV e vídeos, como o celular. Com a nova oferta da TV digital, que são as caixas conversoras com capacidade de gravação (exemplo da Net HD Max – TV por assinatura), o telespectador pode gravar e assistir com a máxima qualidade de imagem e som, na hora que quiser.

Os executivos de TV começam a designar essa liberdade do telespectador como um deslocamento do filtro de conteúdo antes sujeito unicamente às lógicas da instância de produção (em alusão ao que a teoria do jornalismo denominou de *gatekeeper* – sujeito ou processos que selecionavam a notícia que seria publicada) para o filtro do *watchkeeper*. O portão de seleção do conteúdo que deve ser visto e do jeito que deve ser assistido seria agora uma faculdade da instância de recepção do público.

5.2.6 Análise das Funções Desempenhadas pelas Noções de Gênero e Formato

O primeiro aspecto a ser considerado do ponto de vista dos gêneros e formatos é que essa nova dinâmica entre as equipes de produção e telespectador no âmbito da midiosfera faz com que as indiciabilidades de realidade, ficção e ludicidade, na forma como nos propõe Jost, estejam cada vez mais presentes nos gêneros e formatos da TV digital. Se tomarmos como referência o quadro “Retrato Falado”, o embaralhamento das fronteiras é evidente. A história de Rita Maria e Agenor foi experimentada no mundo natural pelo casal. Rita mandou uma carta para a produção do quadro. Foi visitada por uma equipe profissional, quando ela e o marido relataram o caso em depoimentos gravados diretamente para a câmera – um recurso audiovisual comum aos documentários e às reportagens jornalísticas. Trata-se de uma função autenticante, que é característica das narrativas do gênero documental, cujo referente é a veridicção. É o testemunho de quem viveu a história. A inclusão das encenações com o objetivo de ilustrar o relato (recurso usual nas simulações presentes em reportagens de programas jornalísticos) também serve para conferir à história um tom de humor que caracteriza o quadro. O desempenho de Denise Fraga (uma humorista) e dos atores que contracenam com ela é marcado por uma interpretação caricaturada. Esse recurso é usual em programas ou narrativas humorísticas, com o propósito de acentuar as passagens mais engraçadas. Se colocarmos lado a lado o frame dos depoimentos com o frame da encenação, já vamos verificar o contraste entre uma inscrição e outra.



Foto 125 – (sequência a, b, c, d) – Mostra, para efeito de comparação, imagens de testemunhos e de representação por atores.

Nos *frames* (a e b), que mostram os depoimentos de Agenor e Rita Maria, o enquadramento da câmera é em primeiro plano, no qual o quadro focaliza da altura do peito para cima a imagem da pessoa que faz o testemunho. O ponto de vista da câmera é frontal, sugerindo a perspectiva do olhar do telespectador, mas o olhar dos dois é dirigido à pessoa que faz as perguntas na gravação. O efeito pretendido é assumir que houve uma interlocução presencial, o que confere autenticidade ao depoimento - houve uma testemunha que perguntou, outra que gravou. Todavia, a lógica da gramática televisual incorpora no mesmo quadro o truque dialógico, buscando um efeito de *voyeurismo*. A tomada frontal acolhe a perspectiva do olhar do telespectador no momento em que estiver assistindo à TV. Esse efeito busca uma inserção do espectador no interior da cena como um *voyeur* que, ao mesmo tempo que espia, também testemunha, confirmando ele próprio, telespectador, nessa fruição simbólica, a autentificação, a verdade da história. Esse recurso narrativo facilita a tolerância e compreensão à suspensão parcial de realidade presente nas cenas ficcionais de reconstituição de trechos da história.

Nos *frames* de encenação (exemplo c e d), a decupagem da câmera já privilegia os planos de conjunto, que mostram sempre uma ação. Os diálogos são internos à cena representada, como, em qualquer texto ficcional, o espectador é estimulado a se manter dentro daquele universo narrado. É a confirmação da promessa “história real contada com humor”, que o faz aderir à proposta migratória da real para o imaginário, do documental para a ficcional.

Todavia, diferente da abstração do mundo da ficção, na qual o espectador é convidado a uma viagem no interior da história, quando a suspensão de realidade é plena e submete-se ao tempo integral da narrativa, nesta experiência a montagem (que obedece ao roteiro que enforma o quadro “Retrato Falado”) intercala os depoimentos e as representações, o documental e o ficcional, já que o referente de origem é o real (o mundo natural). A produção lembra a recepção ao longo de todo o episódio num movimento a serviço do sistema simbólico, que contribui com a *autopoiésis*, para assegurar equilíbrio aos sentidos e significados originais – a história é real. Essa dinâmica interior ao texto é que permite a ousadia do produtor de também contribuir com as dissipações sígnicas quando, além de ficção, usa o humor. As caricaturas na interpretação, as escolhas cenográficas, o figurino (*frames* e, f) que transportam grande parte da carga de graça que a história adquire operam num mundo lúdico, também anunciado na promessa de realidade com “divertimento”.

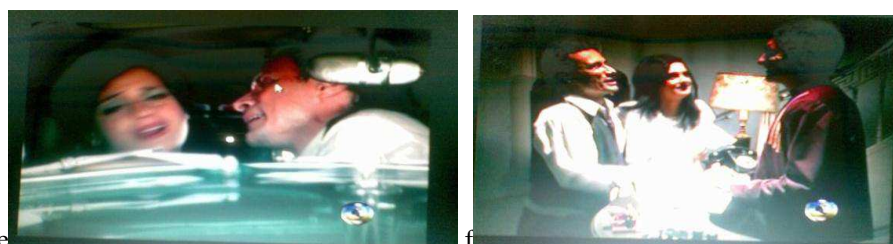


Foto 126 – (sequência e, f) – Frames mostram encenações de humor.

Aplicando o triângulo de Jost, podemos compreender que os referentes do mundo real que articulam o eixo narrativo vão estar na história (sua origem) e nos depoimentos que funcionam como testemunhos. A seleção do caso em si já o conduz o texto audiovisual para a proposta lúdica de diversão, enquanto que os recursos cênicos e narrativos, como os humorísticos, conferem a intensidade do tom de humor no quadro. As encenações e a participação de atores conduzem à passagem pelo mundo da ficção. Esse deslocamento migratório se dá numa dinâmica circular, recorrente, o que confere ao “Retrato Falado” a perspectiva performática que propomos: uma dinâmica possível, graças à promessa do faz de conta, do falar da realidade de forma divertida, agradável. Para isso brincamos de ficção, jogamos com as narrativas, com os referentes signos, uma articulação do faz de conta, que nos parece dar sentido à noção de *feintise*, de fingimento, mas que evidencia que, após a adesão do telespectador, essa promessa de gênero efetivamente entra num regime de cumplicidade entre as instâncias do processo comunicacional que configura o contrato.

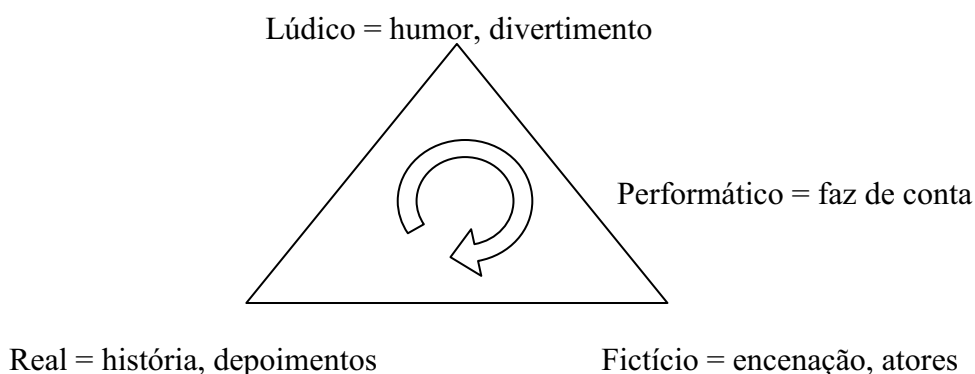


Figura 13 – Triângulo de Jost com migrações.

Nos exemplos que vimos no “VC no Fantástico”, também é recorrente o uso da *Feintise* (fingimento), quando as fronteiras entre realidade, ludicidade e ficção se misturam. Se lembrarmos que uma das primeiras convocações para conteúdo colaborativo do quadro envolvia imitações de Elvis Presley e depois encenações de personagens da novela das oito, da emissora, o propósito de diversão sempre esteve nas origens do quadro, tanto quanto a dinâmica performática que aparece discursivizada inúmeras vezes na cabeça lida pelos apresentadores. Como aconteceu na quarta edição do quadro, quando Zeca Camargo anuncia que “*chegou a hora de abrir a Galeria de Vídeos do Fantástico e revelar o talento de quem faz o Show da Vida, você*”. Há clareza na promessa e no convite: a produção e o telespectador criaram uma galeria para a qual o público (*você*), que não só assiste, mas ajuda fazer o programa, produziu os vídeos. A ideia de cumplicidade e vínculo é buscada na origem. Sem ela o contrato, após a promessa e adesão, não se consuma, e o “faz de conta” se inviabiliza. É na dinâmica desse diálogo simbólico que a produção, quando trabalha na montagem da edição sobre a telenovela (*frame g*), usa as imagens profissionais dentro da moldura criada para exibir os vídeos amadores de baixa resolução enviados pela Internet.



Foto 127 – Frame do VC no Fantástico que reproduz cena da telenovela.

Essas preocupações vão se repetir no “Bola Cheia” e “Bola Murcha”. A primeira edição lança mão de vários recursos sónicos comuns aos textos do programa. A primeira é temática. Um dos quadros mais antigos do “Fantástico” são os “Gols da Rodada”, que sempre foi apresentado por um integrante da equipe de esportes da emissora. Primeiro era Léo Batista, agora, Tadeu Schmidt. Diversamente das edições anteriores do “VC no Fantástico”, nas quais os apresentadores associados às outras experiências com a *Web* lêem as cabeças dos VTs, no “Bola Cheia” e “Bola Murcha” é o apresentador dos Gols da Rodada quem conclama o público a participar. Nessa primeira edição, é mostrado um vídeo armazenado em uma fita em VHS, gravado há quinze anos (descrição da página). Recordemos que o texto, narrado em *off* pelo apresentador, mostra didaticamente um lance bizarro (o do goleiro que, ao repor a bola em jogo, fez um movimento descontrolado e jogou a bola para dentro do gol, marcando contra o próprio time). A cena é repetida mais de uma vez no plano contínuo do lance e nos planos mais fechados do gol inusitado (*frame* 8 e 9). O exemplo não deixa dúvidas sobre a proposta de garimpar, com a ajuda do público, os micos e furadas das peladas de fim de semana, da mesma forma que a equipe de produção mostra que vem garimpando, nos jogos da rodada (“Gols da Rodada” criou o troféu furão, numa analogia com o animal de mesmo nome, para destacar os jogadores profissionais que erram na bola ou caem sozinhos dentro de campo). A mesma referência serve para a convocação pelos gols bonitos protagonizados pelos *peladeiros*, tal como o programa tem valorizado as façanhas dos jogadores profissionais. Como acentua o apresentador, para o caso de ter filmado uma jogada igual, mande o vídeo para ser selecionado.



Foto 128 - (sequência h, i) – Frames mostram lance do goleiro que jogou a bola para dentro do gol.

Assim, no “Bola Cheia” e “Bola Murcha”, verifica-se um movimento diferente do “Retrato Falado” nas dinâmicas migratórias das promessas de gênero. No quadro dos *peladeiros*, igualmente, o referente de partida é o mundo real, são pessoas comuns flagradas em ações esportivas de lazer ou competições amadoras, mas o recurso da ficção não é usado. Não há suspensão do regime de crença da veridicção. Ao contrário, todos os recursos comuns

ao relato jornalístico, aplicados em reportagens esportivas, são empregados. As imagens inicialmente apresentadas (no primeiro VT) são mostradas ao natural, como se costuma fazer na veiculação de flagrantes captados por cinegrafistas amadores (veja *frames* 8 e 9). Na variação de planos e repetição da imagem, a edição recorre ao *Slow-motion* (câmera lenta). Os recursos gráficos recorrentes às coberturas esportivas, como *tira-teima*, nas quais jogadas polêmicas são esclarecidas com a ajuda de computação gráfica, são usados. Como se deu na quarta edição do quadro, que mostra uma jogada registrada em uma partida de futebol amador na qual uma dúvida (que os personagens envolvidos no jogo guardavam há 18 anos), se, em determinado lance, a bola teria ou não entrado no gol, é submetida ao *tira-teima* (ver *frames* j, l, m).



Foto 129 - (sequência j, l, m) – Frames mostram uso do tira-teima.

Até o apelo pelo tom da brincadeira se aproxima do tratamento que o esporte e seus protagonistas ganham nas reportagens atuais dos programas esportivos da TV, alternativa adotada a título de alinhar-se com o traço cultural da *flauta* (termo que, na linguagem do torcedor, designa gozação sobre sucessos ou insucessos de times e jogadores) e, também, dar atratividade para a rotineira e, muitas vezes, repetitiva cobertura pré-jogo e pós-jogo. O deslocamento na pirâmide de Jost desta vez é na direção da ludicidade, com a peculiaridade de que o referente de diversão é mais explícito que nos programas esportivos: movimenta-se na direção da promessa do “Fantástico”, de entretenimento. É assim na modelização que o quadro ganha. Logo na primeira edição, telespectadores e *peladerios* são apresentados aos ícones que serão conferidos aos destaques pelo bonito gol (uma bola cheia) ou pelo lance bizarro (uma bola murcha), como revemos nos *frames* 14 e 15. Em 2008, os mesmos ícones inspiraram a logotipia que da forma independente ao quadro “Bola Cheia” e “Bola Murcha” no corpo do programa.

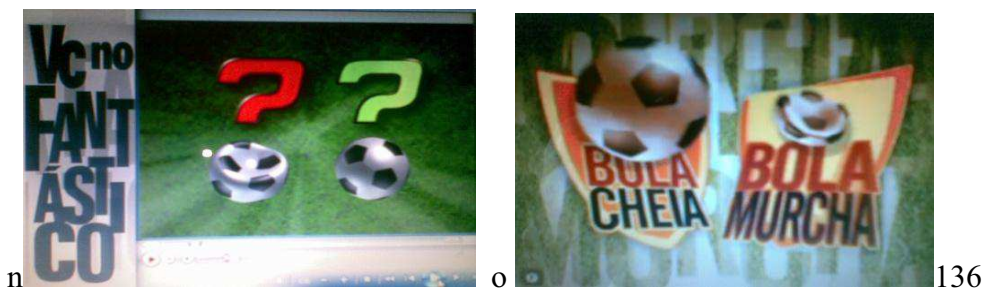


Foto 130- (sequência n, o) – Frames mostram grafismo do quadro do peladeiros.

O tom da diversão também vai ser reiterado o tempo todo pelo texto que guia a estrutura do VT, sempre em tom de diálogo e brincadeira, como na referência ao goleiro que comemorou a vitória precipitadamente na disputa de pênaltis durante uma final de torneio amador na Bahia (a bola bateu na trave e ele comemorou, mas a bola ganhou efeito e, depois de subir, caiu dentro do gol). Recordemos que o apresentador diz: “*Zezinho podia esperar só dois segundinhos para conferir o campeonato. Tá vindo o Boqueira é Campeão*”. O texto coloquial, permeado por expressões usuais da língua falada, contribuiu com a idéia de proximidade e bate-papo, no clima da *flauta*, nas rodas de amigos antes e após os jogos.

Mas o deslocamento na pirâmide de Jost não se restringe apenas ao movimento do documental para o lúdico. Há uma volta ao documental e, no retorno, desta vez, uma passagem sutil pelo ficcional sem, necessariamente, suspender o regime de crença de verdade, mas produzindo situações que não teriam acontecido ao natural. Para autenticar a figura destacada pelos lances bons ou bizarros mostrados no quadro dos *peladeiros* as equipes de produção vão atrás e localizam os protagonistas dos lances que são identificados e documentados na forma de uma reportagem esportiva. A redação do “Fantástico” mobiliza uma unidade profissional de captação para gravar imagens e entrevista. O depoimento e a identificação do jogador (recurso recorrente nas reportagens de TV, como se pode observar nos *frames p e q*) conferem ao VT, que vai ser veiculado na semana seguinte, e ao próprio quadro, o *status* de testemunho, de verdade. É a referencialidade documental. O rasante ficcional vai estar na produção das imagens deste VT. Via de regra, os *peladeiros* são levados ao local onde ocorreu a pelada, e as jogadas foram gravadas. Os amigos que participaram do jogo também são convocados.

Os lances são repetidos exclusivamente para as câmeras profissionais, ou seja, a quadra ou campo do flagrante das imagens amadoras vira cenário para a encenação diante das câmeras profissionais. O lugar é real, as pessoas são reais, a relação entre elas também, mas os *peladeiros* agora são personagens de uma representação. Os lances são repetidos até o protagonista conseguir reproduzir a jogada que o celebrou na semana anterior. O detalhe é

que o texto do VT vai deixar essa produção evidente e vai contabilizá-la no referente s gnico da diversão.



Foto 131 - (sequência p, q) – Frames mostram peladeiros que viram personagens das câmeras profissionais.

Essa evidência tende a confirmar a perspectiva de no o de gênero a partir da ideia macro de mundos ou realidades aglutinadoras (apropriada em Jost e Duarte), tal qual como pensamos na designa o de *documental* (real), *ficcional* e *lúdico*, os quais operam como gêneros genéricos no referencial classificatório da televisão. Igualmente, mostra-se verificável a constitui o de um quarto referencial que atua de maneira transversal e, mais apropriadamente, circulando entre os três outros, que designamos de performático. É aquele que opera numa dinâmica que nos permite compreender os movimentos migratórios que ocupam zonas híbridas, menos demarcadas e em forma o, de maneira recorrente, num efeito circulante, de sorte que, efetivamente, se configuram de maneira mutante, especialmente se percebidos na lógica da ambiência midiática.

Considerando que entendemos configura o da m diosfera numa dinâmica permanente, observar-se, no exemplo do “Fantástico”, a configura o de novos mundos virtuais, como os deslocamentos entre real, ficcional e lúdico (propostos por Jost), que implicam em um alargamento dessas fronteiras.   essa liberdade de ir e vir, circular, retornar, fazer rasantes nessa ou naquela zona referente que possibilita ao programa as experiências com novos formatos. Uma flexibilidade assegurada pela promessa matriz de jornalismo e entretenimento, que resulta fértil para uma TV que hoje se vê às voltas com uma ambiência de convergência e multiplataforma. Registre-se ainda que essa lógica ainda contribui na gera o de um universo paralelo na ambiência midiática cuja compreensão torna-se possível à luz da proposi o de para-realidade de Duarte. Não podemos esquecer que o percurso do “Bola Cheia” e “Bola Murcha”, ao transformar os peladeiros de anônimos a celebridades, de pessoas a personagens, de comuns a destaques (heróis e até mitos), especialmente em suas comunidades de origem (lembrar o goleiro “Bola Murcha” Zezinho Rodrigues – *Frame r* –, do jogo de Brotas, na Bahia, que foi carregado pelos amigos como um vencedor), constitui-se

numa realidade criada que não existiria sem a intervenção da mídia. Basta lembrar a visibilidade na TV, o *status* dos peladeiros premiados na solenidade da CBF (*frame s*), o jogo no Maracanã (*frame t*). São eventos gerados no âmbito da ambiência midiática, num comum acordo entre os sujeitos da comunicação, e o telespectador tende a atuar como agente social ativo neste espaço.



Foto 132 – (sequência r, s, t) – Frames mostras cenas nas quais os peladeiros são tratados como celebridades.

Essa realidade paralela, pensando as instâncias de produção e circulação como sujeitas aos sistemas tecnológicos de produção e distribuição, sistemas fechados, também se rege pelas estratégias da promessa de gênero que obedecem às lógicas de regularidade desses sistemas. A diferença é que, como essa realidade é mais controlável e, como conta com a cumplicidade do espectador, os níveis de equilíbrio do sistema tendem a ser mais estáveis. Na medida em que essa promessa é compartilhada pelo telespectador, os referentes sígnicos, a própria leitura e compreensão que operam na lógica dos sistemas abertos têm dissipações e variações reordenadas do interior do universo paralelo e controláveis quando migram para o mundo real. No caso da solenidade da CBF, que entrega os troféus e que chama os vencedores do “Bola Cheia” e “Bola Murcha” ao palco, é o apresentador do quadro.

Assim, a revista eletrônica, no caso específico do Fantástico, mostra-se configurar de fato um gênero específico cujo principal referente é o mundo natural, o real, mas, graças à sua promessa de entretenimento, tem salvo-conduto para movimentar seus referentes do mundo mental da ficção ao lúdico, estimulando a participação do telespectador e criando realidades paralelas. Percebe-se, dessa maneira, a revista eletrônica “Fantástico” configurando uma articulação de gênero performático que circula livremente, sem perder seu referente de origem, que é a “informação”. E, no processo que apresenta a promessa de gênero, a emissora se abstém de recorrer às mídias disponíveis na busca do telespectador animando as migrações de o gênero no espaço da ambiência midiática, operando na dinâmica da midiosfera.

5.2.7 Identificação das relações estabelecidas entre lógicas, estratégias comunicativas e discursivas - configurações discursivas e figuras textuais

Recordemos que nossa proposição de modelo comunicacional, reiterada no presente trabalho, articula-se a partir da noção de produção, reconhecimento e circulação (VERÓN, 2004) que se daria numa relação entre sujeitos da comunicação em duas dimensões: primeiramente, na dimensão da promessa e suas duas etapas (JOST, 2004) - a proposta do canal, averiguação do telespectador e, depois, a adesão deste último à promessa; mais tarde, por meio do vínculo que se estabelece entre as instâncias de produção e produção e recepção, teremos o contrato. No âmbito da dimensão da promessa, podem-se averiguar todas as estratégias que se manifestam fora e dentro do texto audiovisual. Ora, o número de contribuições para o “VC no Fantástico”, 6 mil em 2008 e 32 mil no segundo semestre de 2009, por si, já são suficientes para comprovar que o quadro foi bem sucedido nas duas etapas da promessa e conquistou um forte vínculo com o telespectador, ao ponto de constituir uma comunidade dos *peladeiros* no caso no “Bola Cheia” e “Bola Murcha”. Nesse sentido, mostra-se que a visão institucional da audiência e fidelização encontrou resposta.

Do ponto de vista da enunciação, percebemos a organização midiática, a empresa, como o *enunciador ausente* (METZ, 1977) ou o *autor concreto* (FOUCAULT, 1996) que atua de maneira *contraditória*, graças à sua característica de, por vezes, se inscrever na narrativa de forma oculta por outra, pela natureza como instituição (que representa o sistema de função mídia), manifesta claramente na voz enunciativa (sua autoria organizadora concreta). Essa peculiar característica confere a esse enunciador o principal papel organizador do discurso enunciado (FOUCAULT, 1996), ou seja, no caso dos sistemas de produção e distribuição de televisão, trata-se da empresa, da emissora responsável pelas relações de acoplamento e interdependências com os outros sistemas sociais (político, econômico, etc.). Esse enunciador de origem muitas vezes se manifesta indiretamente, por meio da constituição da marca do canal, a qual carrega, no seu interior, todas as referências das articulações ideológicas, econômicas, sociais, e da função reguladora que a mídia tende a operar no macrossistema (noção de Marx). Identificamos como figura atuante no papel de segundo enunciador, o *narrador implícito*, as inscrições presentes no processo de produção de programas. Considera-se que as principais inscrições enunciativas desse enunciador se manifestam na articulação dos meios, formas e estéticas de produção. Acredita-se que, no âmbito do processo de produção, se pronunciam esses narrados implícitos (JOST, 1989), quais sejam: diretores,

escritores, realizadores, editores, operadores de câmera, que, ao mesmo tempo, vão ser responsáveis pela enunciação manifesta na realização dos textos televisivos e vão funcionar como instrumentos de autoproteção do sistema. Esse mecanismo é operado por meio do roteiro, da montagem, que são portadores de filtros de controle nos quais as marcas de regulação do enunciador contraditório se mostram mais efetivamente. Como terceiro nível de enunciação, elegemos o *narrador* ou *autor concreto* (JOST, 1989; JIMENEZ, 1996), no qual figura o papel do apresentador, do repórter, do personagem de testemunho (sujeito real ou representado por um ator), que inscreve as inúmeras vozes presentes nos textos audiovisuais (que, como vimos em Machado, contribuem na compreensão dos gêneros na TV). Os narradores ou autores concretos conferem importante força enunciativa nos textos jornalísticos da televisão. Como quarta instância de enunciação, propomos o *enunciador virtual*. Trata-se do telespectador que, na medida em que se inscreve no relato da TV como uma promessa de colaboração com conteúdo ou como adesão simbólica (no caso da interpretação e produção de sentido no espaço da televidência), e sua materialidade no texto televisivo depende dos filtros de todas as instâncias anteriores.

Assim, considerada a perspectiva da narratologia como uma manifestação de discurso e os quatro níveis de enunciadores (locutores ou narradores) já descritos, nós vamos encontrar, claramente, no quadro “VC no Fantástico”, todas essas inscrições. A primeira é do enunciador ausente. A organização midiática, no caso, a emissora TV Globo, recorre a todos os dispositivos tecnológicos (além da TV e da *Web*, publica revistas específicas do programa) para construir um espaço de relacionamento com o telespectador. Intencionalmente, usa a autorreflexividade (as reportagens do programa que tratam das telenovelas e convocam os telespectadores para participar desse agendamento temático) e promete a interatividade como estratégias comunicativas, com vistas à audiência, à fidelização e até projeta a constituição de uma comunidade de telespectadores-internautas. Esse enunciador, aparentemente “contraditório” (na verdade recorrendo a um recurso estratégico na gestão dos diferentes públicos com os quais a empresa se relaciona), de outra parte, dilui suas marcas enunciativas na modelização da produção, na definição das formas de acesso, nos filtros técnicos e editoriais (que implicam no percurso de trânsito dos vídeos entre a postagem na *Web* e a veiculação na TV).

O sistema de seleção é um estágio da lógica do *gatekeeper* (ainda que aqui subliminar). O sistema de produção, quando propõe os temas do “VC no Fantástico” (a telenovela, as histórias de mulheres, a imitação, o talento, o *futebol das peladas*), opera um instrumento próximo das características do *agenda-setting*. Neste caso, é escolha por assuntos

não polêmicos. A opção pelo lúdico, ao mesmo tempo que mobiliza o telespectador para uma brincadeira que só vai se consumir com a adesão dele, privilegia zonas de consenso. São articulações características do SPD e que visam, objetivamente, um sentido organizador do discurso na noção proposta por Foucault.

Dessa maneira, tomando o exemplo do “Bola Cheia” e “Bola Murcha”, vamos encontrar marcas do enunciador ausente na pauta: futebol, no agendamento: os jogos de várzea, os critérios editoriais de seleção de publicação na *Web* e, depois, na TV: melhor qualidade possível e lances que, apesar de bizarros, tenham a autorização de exibição pelo protagonista. Se incluirmos o grafismo do quadro (mesmo que criados pelas esferas de atuação do narrador implícito – como revemos nos *frames* u e v), as frases de convocação ao telespectador/internauta (ajude a produção, mostre seu talento, etc. – mesmo que escritas nos roteiros e *scripts* pelas esferas de atuação do narrador implícito), há todo o enunciado da marca da emissora, do programa, do quadro e da relação deste com os outros produtos que são articulados pela promessa de interatividade e pela autorreflexividade voltadas para a fidelização do público. Esse enunciador, quando opera ausente ou explicitamente, carrega junto todo o discurso econômico da “audiência”.



Foto 133 – (sequência u, v) – Frames mostram as marcas criadas para o quadro dos peladeiros.

Muitas das marcas institucionais ainda vão ganhar sua inscrição efetiva com o narrador (ou enunciador) implícito. O processo de produção de programas cumpre sua função enunciativa na forma de apresentação na TV das contribuições dos telespectadores, a modelização da cabeça (texto de apresentação de notícias ou introdução de VT – reportagem) formatando determinado estilo de texto que será lido pelo apresentador, a forma de relato-reportagem, com narração em *off* (um texto padrão das informações jornalísticas esportivas no caso dos *peladeiros*, ou uma narrativa de *doc-drama*, no caso do “Retrato Falado”). Da mesma forma, quando administra o tempo de exposição dos vídeos (“VC no Fantástico”) e dos depoimentos (“Retrato Falado”) de telespectadores. A gestão dos segundos na edição do VT (tempo no qual cada trecho, imagem ou fala ganha espaço) que concede um pequeno sobe

som do vídeo original (a edição deixa vaziar o áudio que veio na edição original do telespectador) é uma operação de montagem da equipe de produção do programa.

No quadro “Bola Cheia” e “Bola Murcha”, quando as equipes profissionais voltam aos locais onde foram gravadas as cenas mostradas pelos telespectadores, obedecem ao modelo de registro jornalístico e/ou relato de factuais estabelecido pela redação do programa para as reportagens do “Fantástico” que, por sua vez, reproduz as referências discursivas e estéticas da emissora. Não foi diferente na edição de divulgação dos destaques de 2008, quando Diguinho e Gustavo aparecem ao vivo no programa por meio de *links* de microondas (como podemos rever nos *frames w e x*). É o enunciador implícito operando diretamente o sistema de criação sob as lógicas do SSi que se encarregam de atuar na produção simbólica a partir da intencionalidade deste enunciador se auto-organizando a partir de uma dissipação deste sistema (vídeo produzido fora da emissora) que reproduz, nas suas práticas, a materialidade do discurso do enunciador ausente (aqui se inscrevendo como claramente como tal), a emissora.



Foto 134 – (sequência w, x) – Frames mostram registro do link ao vivo durante a escolha de 2008.

A eficiência enunciativa dessas duas instâncias discursivas e narrativas verifica-se na serialização dos quadros. De uma edição a outra (“VC no Fantástico”), de um episódio ao outro (“Retrato Falado”), a reiteração do modelo (e suas regulações) facilmente perceptível pelo VT que vai ao ar, é internalizada pelos telespectadores que, a cada nova contribuição, se aproxima da proposta formatada para cada quadro. Em outras palavras, a prática vai sendo discursivizada. Primeiramente pelas condições de envio nas quais, mesmo que com o uso de recursos caseiros, como a *webcam* e a câmera do telefone celular, a decupagem e o roteiro usado pelos telespectadores, tende a respeitar as lógicas da narrativa audiovisual usadas na TV, no programa, no quadro. Com o resultado, os critérios de seleção para publicar na *Web* e que são, mais tarde, adaptados para ir ao ar na TV revelam uma estética recorrente que tende a seguir o já conhecido padrão da emissora.

No terceiro nível de enunciação, o narrador ou autor concreto é o próprio apresentador, que autentica o material interativo por meio de imagens dos *sites*, citações dos telespectadores que remeteram os vídeos e, mesmo, dos *sobe sons* dos vídeos. A opção pela apresentação de Pedro Bial ou de Zeca Camargo no “VC no Fantástico”, da comediante Denise Fraga no “Retrato Falado”, do apresentador esportivo Tadeu Schmidt no “Bola Cheia” e “Bola Murcha” também ajuda a autenticar a disposição de co-participação do telespectador. Esse papel se potencializa quando contempla a participação de Tadeu Schmidt na escritura do *script*. O apresentador incorpora ao texto características discursivas com tom dialógico.

Foi assim no texto que estruturou o trecho de um VT do primeiro semestre de 2007, quando Tadeu simula o diálogo com o garoto Lucas do Paraná. Na primeira menção que faz ao garoto, anuncia que o Fantástico (a instituição se desloca até o telespectador) foi conhecer o “Bola Cheia” no interior do Paraná. No VT, o garoto se apresenta: - *Meu nome é Lucas Sampaio, tenho dez anos...* Tadeu, num texto gravado na redação após a edição verificar o conteúdo do depoimento, simula a conversa: - *Mas, o Lucas, qual é o segredo por passar por todos os adversários?* A fala do garoto extraída do depoimento gravado pelas equipes de reportagem é inserida na edição como uma resposta à questão de Tadeu: - *“É que eu sou muito fominha, eu não toco muito a bola”*. E Tadeu arremata, fechando o diálogo simulado: - *Tai o segredo do Luquinhas. Autoconfiança*. Outra marca desta simulação é a forma como foi gravado o depoimento. Numa ação conjunta do enunciador implícito e narrador concreto, Lucas fala diretamente para a câmera e usa um microfone lapela (*Frame y*).



Foto 135 – Frame mostra o depoimento de Lucas gravado com uma câmera profissional.

Essa articulação enunciativa eleva a condição do apresentador como referencial do relacionamento entre a emissora e os telespectadores, sendo estes últimos totalmente sensibilizados pelo quadro “Bola Cheia” e “Bola Murcha”. A maior evidência desse processo é o próprio percurso do quadro que ganha o *status* de competição nacional; entra na agenda esportiva e no espaço público da CBF, quando os vencedores premiados participam da festa final do futebol. Esse percurso foi também autenticado por outro coenunciador essencial na

estrutura textual do relato jornalístico: o especialista. É com essa inscrição solidária ao apresentador que são convocadas as figuras conhecidas do futebol, técnicos, ex-jogadores, craques e outros símbolos do esporte como o treinador da seleção feminina de vôlei e a medalhista de atletismo nas olimpíadas da China. Zico (resgatado no *frame z*), Robinho, Ronaldo, José Roberto e Maurem Maggi, por intermédio de seus votos e de sua imagem pública, não só autenticam como importante a pelada e seus *peladeiros*, como ajudam a elevar aqueles telespectadores anônimos ao patamar das celebridades. E ainda mais que isso. Ao assumirem a condição de falas e sonoras nos relatos dos VTs, quando passam a ser personagens dessa narrativa, os *peladeiros* são levados a desempenhar sua segunda função enunciativa (a primeira, de enunciador virtual, veremos a seguir). Seus testemunhos (revemos no *frame a1*), gravados ou ao vivo, também se inscrevem como coenunciadores concretos.

Mais adiante, quando outras celebridades, como artistas de telenovelas e os músicos estrangeiros participam da seleção mensal, o quadro, o relato e seus personagens, antes anônimos (que entraram na midiosfera via *Web*), migram do espaço “Bola Cheia” e “Bola Murcha” – a esfera de visibilidade no programa da TV - para a ambiência midiática plena na qual a realidade criada, nessa dinâmica interna da convergência Internet/TV, faz sua intersecção com a realidade do mundo natural, constituindo uma realidade única. No exemplo do “Retrato Falado”, um processo semelhante pode ser verificado com a anônima que manda a carta e depois vira testemunho (rever *Frame b2*) da sua própria história roteirizada. Passa a condição de coenunciador concreto e desfruta dos efeitos da visibilidade.



Foto 136 – (sequência z, a1 e b2) – Frames mostram situações enunciativas dos telespectadores como agentes enunciativos no texto da TV.

Por fim, a quarta instância de enunciação confirma, *a priori*, um papel de enunciador virtual para o telespectador. Efetivamente, ele é quem produz o material em vídeo, é ele quem remete a produção do programa, é decisão dele responder a convocatória do canal; enfim, há uma ação autoral, uma produção de sentido externa à emissora. Todavia, essa inscrição no relato da TV exige do telespectador novos papéis que alteram sua condição original. A primeira mutação é deixar de ser simplesmente espectador e passar a ser internauta, ou seja,

precisa ingressar na comunidade virtual da *Web* e depois na comunidade do “Fantástico” na *Web*. Trata-se de outro papel.

Uma segunda mutação é deixar a condição de receptor e assumir a condição de produtor na qual se faz necessário respeitar regras de realização (seguir o tema, as práticas de captação, edição, de linguagem) e envio. Quando faz tudo isso, passa a ser um remetente, considerada a forma como a equipe de produção chegou a designar os autores dessas realizações. O remetente é alguém que remete, mas não necessariamente o autor final do texto que será publicado. Inclui-se uma categoria que relativiza o papel colaborativo, autoral do telespectador estabelecendo um limitador de papéis, uma distância entre quem produz e quem consome o texto audiovisual. E, como vimos no curso da presente análise, é o que se processa, se consideradas, sobretudo, todas as etapas pelas quais a contribuição do telespectador internauta se submete até a veiculação final no programa.

No caso do “Bola Cheia” e “Bola Murcha”, além daquele que gravou a cena (ou o lance) nas peladas, há aquele que a protagonizou, o que é diferente do “Retrato Falado”, no qual quem manda a história é o protagonista. O fato é que teríamos duas funções enunciativas no âmbito do enunciador virtual. A primeira inscreve-se produzindo o texto colaborativo (audiovisual ou escrito) e a outra participa da história. No quadro dos *peladeiros*, quem grava a cena, via de regra, é aquele que envia. Sua identificação autoral estará nos créditos do vídeo, na galeria da *Web* e quando integra o VT editado, que é exibido na TV (como podemos rever no *frame* c2). Sua forma de escritura, como observamos nos exemplos descritos, respeita a gramática televisual no uso da linguagem audiovisual: os planos, a sequência, eventualmente o sobe som original gravado no local. As exceções se dão quando o comentário do *operador da câmera* interessa ao texto do vídeo editado pelas equipes de produção do “Fantástico”.

Lembremos o VT da edição do dia 5 de julho de 2009, quando uma jovem, que gravou um lance bizarro e o enviou para o programa, deixou escapar sua satisfação durante a filmagem – *Eu filmei um “Bola Murcha”*. A frase, repetida três vezes, é destacada na montagem e na fala do enunciador concreto (o apresentador Tadeu Schmidt) que, no final desse trecho específico, arremata que o *peladeiro* mostrado seria o primeiro “Bola Murcha” do mês, *graças à Livia, que amiga!* Nessa circunstância especial, na qual o enunciado da Livia, ao atribuir reconhecimento ao quadro, discursiviza a importância que este passa a ganhar, o papel dos *operadores de câmera*, ganha um destaque na manifestação do enunciador concreto. No mesmo VT, Tadeu Schmidt qualifica que grava as cenas dos *peladeiros* como *cinastas amadores*. E acrescenta: *O que seria dos “Bolas Murchas” sem a paixão por trás da câmera?*



Foto 137 – Frame mostra o telespectador produtor (autor) identificado pelos créditos do VT.

O segundo enunciador virtual é o protagonista do lance. Sua inscrição enunciativa é a da performance, boa ou ruim. É o extremo de sua atuação como peladeiro que vai assegurar seu espaço autoral na narrativa. Sua participação colaborativa nesse estágio é o lance que protagonizou, seja o belo gol, seja o lance bizarro. É com essa inscrição restrita que ingressa no texto, primeiro no vídeo remetido, depois no VT exibido. O fato é que o enunciador virtual produz seu texto, envia, contribui, mas, para que sua efetivação enunciativa aconteça, ele depende das outras três instâncias enunciativas, sem as quais sua condição é apenas de remetente, de uma cena gravada com um protagonista em especial, um peladeiro que fez gol ou cometeu uma gafe. Sua inscrição enunciativa é virtual. Ela acontece, mas não exatamente. Há a participação, mas não “realmente”.

Entretanto, a partir da veiculação, um dos enunciadores virtuais (o protagonista) migra para a instância de enunciação concreta. Quando a equipe de produção do programa vai ao espaço privado daquele enunciador virtual, na cena pública onde desempenhou sua cena e grava novas imagens, encena outra vez o lance, toma seu depoimento, sua inscrição enunciativa passa a ser outra. Como enunciador concreto, ele também fala para o telespectador.

Lembremos o que disse o Zezinho Rodrigues (o goleiro baiano daquela final na Bahia, na qual a bola de uma cobrança de pênalti entrou no gol enquanto ele comemorava): *Ser o Bola Murcha de Brotas de Macaúbas e do Brasil, pra mim, fora de brincadeira, eu estou muito feliz. Porque talvez o bola cheia não teria um lance tão interessante igual foi.* Zezinho está defendendo sua imagem perante o público da TV e se dirige de um novo lugar, o de destaque nacional. Diguinho, o vencedor *Bola Cheia* de 2008, que vira celebridade assim como Gustavo (o campeão “Bola Murcha” de 2008), num dos VTs que repercutem sua vitória (lembremos que ele vai aparecer no Caldeirão do Huk), vai dizer que tudo mudou na vida dele: *Todo mundo fica pedindo pra tirar foto, autógrafa. Eu gosto disso.* Ou seja, na condição de enunciador concreto, evolui também a graduação autoral. Mesmo que sujeito aos filtros do

enunciador ausente, aplicados pelo enunciador implícito, o discurso do testemunho lhe confere um nível de autonomia.

Esse grau de autoria é limitado pela própria dinâmica dos sistemas nos quais os enunciadores atuam. Não é demais lembrar que, na condição de personagens, de celebridades midiáticas, os *peladeiros* são submetidos às práticas discursivas da TV e sua construção de realidade. O mesmo Diguinho, no VT de 2009, que exaltou o reconhecimento de Dunga (técnico da seleção brasileira), pelo quadro dos peladeiros do *Fantástico*, figura novamente como enunciador concreto. Só que, desta vez, não mais como testemunho, mas com uma fala que reforça a intencionalidade do apresentador. Lembremos que Tadeu diz que o capitão Dunga *tem um candidato que já sabe até levantar taça. É o Diguinho, ganhador do troféu Bola Cheia de 2008*. E Diguinho assinala: - *Dunga, sou o Diguinho, se lembra de mim? Se você tiver precisando de alguém aí no ataque da seleção que faça gol bonito, é só dar uma ligadinha aqui em Barretos que no dia seguinte eu estou aí no ataque da seleção*.

Ora, evidencia-se que a sonora foi encomendada para produzir o efeito de encadeamento textual. Essa coerência verificada num menino de onze anos, seguramente, foi induzida pelo produtor que coordenou a gravação da fala. O fato é que na medida em que os telespectadores na condição de enunciadores virtuais migram plenamente para a enunciação concreta estão sujeitos, cada vez mais, às incidências reguladoras das outras instâncias enunciativas, num movimento no qual a promessa de interatividade aqui parece dar lugar a um contrato, mesmo que provisório entre produção e remetentes. Enfim, diante de tantas condições e papéis pelos quais se submete o telespectador e considerando o resultado final (o uso editado e seletivo do material nas edições que vão ao ar na TV), tendemos a acreditar, preliminarmente, que a enunciação do telespectador tende mesmo à virtualidade.

5.2.8 Averiguação e primeiros indicadores conclusivos

5.2.8.1 Efetivo grau da relação entre emissor e receptor: níveis de interação e a participação do telespectador no conteúdo

Com sabemos, a sala das casas, durante muito tempo, foi lugar virtual da primeira leitura e primeiro compartilhamento de significados no consumo da TV. Foi o espaço onde as

famílias se reuniam para assistir aos programas e comentar e compartilhar em processos de semiose suas leituras, suas construções de sentido. Depois, essa produção simbólica ganhava as ruas. Esse espaço de resposta de interação mediada em dois tempos ganhou o nome de televidência (OROZCO, 2002). Logo a seguir, essas primeiras impressões individualizadas no quarto, na cozinha, no escritório, no restaurante, na rodoviária, no aeroporto (para onde foi a TV), passaram a ser compartilhadas entre grupos sociais mais seletivos, fechados. Um movimento que, de certo modo, acompanhou os modelos de sociabilização de um período definido por Maffesoli (1987) como pós-moderno no qual as pessoas se aglutinam em tribos urbanas unidas por laços de afinidade. Hoje é possível ver TV dentro do trem, do ônibus, do carro, além de via Internet e telefone móvel, constituindo-se um processo individual de consumo e compartilhamento tribal (pequenos grupos sociais aglutinados por gosto e preferências).

Por fim, chegou a Internet, cujo acesso aumenta de maneira surpreendente e começa a incluir grupos sociais e culturais que, há pouco tempo, estavam fora da rede. O consumo de vídeo na *Web* seguiu individual, a idéia de tribo também, mas o conceito de compartilhar conteúdos distendeu os espaços de consumo e interação. O movimento que começou com textos escritos, depois fotos e, por fim, vídeos, primeiramente nos *sites* e, mais tarde, nas redes de relacionamento, transformou a televidência local, regional e nacional, em esferas mundiais de consumo e compartilhamento de conteúdos.

Nesses espaços públicos virtuais, as trocas *on line* (e as condições de produção digitais caseiras) também estimularam o intercâmbio de conteúdos produzidos pelos antes espectadores. Formaram-se as redes 2.0, que logo chegaram à TV. As emissoras até demoraram um pouco na aproximação, mas o comportamento do público jovem, sensível às redes e aos conteúdos compartilhados e conteúdos colaborativos, somado à diluição da audiência, induziram o movimento das emissoras na direção da convergência. Muitos eventos nacionais ou internacionais transmitidos pela TV são assistidos individualmente, mas comentados *on-line* entre telespectadores conectados ao mesmo tempo em redes sociais (é exemplo de finais de campeonatos esportivos ou tradicionais premiações de música e de cinema).

Enfim, hoje experimentamos novas condições técnicas de recepção e interação que, como vimos, vão deixando mais evidente as interferências dos sistemas e seus dispositivos, constituindo dinâmicas de produção de sentido cada vez mais complexas. São dinâmicas do simbólico, por meio das quais ganham corpo as mediações e estratégias midiáticas de relacionamento com seus públicos (o agendamento, a visibilidade, a autorreflexividade).

Numa esfera de interpenetração dos sistemas de comunicação produtores (empresas de comunicação, os veículos) e receptores (leitores, ouvintes, telespectadores, espectadores, internautas) se encontram para o consumo do conteúdo editorial, colaborativo, compartilhado, suas produções e leituras possíveis.

O exemplo do “VC no Fantástico” e, especialmente, do quadro “Bola Cheia” e “Bola Murcha” mostra um processo de constituição de relacionamento e interação com as comunidades de telespectadores do programa. Inicialmente, o programa alimentou esse relacionamento por meio de uma oferta interativa no *site*. Primeiro fez enquetes, pediu sugestões, deixou suas reportagens disponíveis para serem assistidas e até aproveitou no ar diálogos feitos com a ajuda dos *softwares* de relacionamentos. Logo (em 2007) começou a receber vídeos postados na página do “Fantástico”, inicialmente restritos ao ambiente *Web*, e em seguida usados no ar.

A resposta dos telespectadores à convocação para as contribuições de lances de peladas foi imediata e promissora. A independitização do quadro, o processo de visibilidade e a comunidade virtual que se criou em torno da experiência são indicadores importantes que configuram uma nova relação da produção do programa com seu público, pelo menos no que se refere àqueles que comungam das condições de produção e consumo que reúne todos os dispositivos de recepção num ambiente de convergência.

A contribuição do telespectador-internauta, entretanto, ainda está restrita a temas consensuais, lúdicos que evitam a zona temática complexa e de conflitos; ainda é uma prerrogativa do conteúdo editorial, dos seus filtros e regulações. Claro que os vídeos de opinião sobre reportagens, extraídos diretamente da postagem na *Web* e colocados ao ar durante o programa no primeiro semestre de 2009, fizeram um movimento no sentido de atestar uma autonomia crítica ao público. Todavia, os vídeos que foram ao ar eram escolhidos pela edição e, invariavelmente, apresentavam comentários positivos. A ideia de assimetria, diálogo *on-line*, conteúdo construído em tempo real, efetivamente, está (ainda, talvez) muito distante da TV. Todavia, é inegável que se configura um espaço de relacionamento e interação que tem estimulado a constituição de comunidades virtuais entre produção e telespectadores, usando a *Web* como canal de retorno para um espaço *on-line*, inicialmente privado e que, portanto, abre espaço à perspectiva das ofertas de interatividade e da convergência de suportes.

5.2.8.2 Articulações que se estabelecem em nível de condições de produção e reconhecimento

Como defendemos, até aqui os dois sistemas distintos (um fechado outro aberto) vivem em permanente tensão e cumplicidade operacional e produtiva: o tecnológico, no qual se opera a produção e a distribuição, e o simbólico, no qual se opera a produção de sentido e a semiose. Considerando que não haveria apenas uma situação de acoplamento, no sentido descrito por Luhmann, ou ainda a operação em que um é sistema maior e outro subsistema, as condições de produção e reconhecimento se articulam numa operação conjunta. Se pensarmos o ambiente de interação gerada pelas ofertas interativas na página do “Fantástico” na Internet (postagem de vídeos, “Emplacou”, “Canal F”), há uma dinâmica comum.

Nesse espaço, ocorre certo nível de interpenetrabilidade mútua: as equipes de produção propõem os telespectadores internautas oferecem e, algumas vezes, vão além da expectativa editorial, seja pelo volume de contribuições (como o “Bola Cheia” e “Bola Murcha”), seja nas criações para a encenação da telenovela. Há claramente um fluxo contínuo que produziu, ao mesmo tempo, operações conjuntas, assegurando uma interdependência e, em outras, manteve as dinâmicas comuns ao interior de cada sistema. Ou seja, efetivamente, desta interpenetrabilidade, resulta outro espaço, virtual, fluídico, onde as operações são mais dinâmicas e complexas, que é o da mídiósfera.

Como observamos na análise desenvolvida até aqui, as ofertas de interatividade encontram acolhida entre os telespectadores que têm acesso à Internet. As contribuições são produzidas e postadas em grande número na página do programa (ou cartas são enviadas para quadros como o “Retrato Falado”). O ambiente de interação se configura. Verifica-se uma forte adesão à promessa de interatividade. As relações de produção e reconhecimento são efetivas.

Todavia, na medida em que essas operações vão sendo processadas no âmbito da mídiósfera, a tensão entre os dois sistemas (SPD e SSi) é mais visível. Na análise que contemplou as operações enunciativas, foi possível perceber toda a articulação que conduz o percurso do telespectador, enquanto colaborador, até suas inscrições enunciativas e discursivas. O efeito de virtualidade na participação do público e a delimitação de autoria mostram-se fronteiras que resultam de uma eficiência autorreguladora dos sistemas, a qual ainda apresenta dificuldades de superação por parte dos sujeitos da comunicação.

5.2.8.3 Relação discursiva das emissoras com os telespectadores – dinâmicas desses atores e dos sistemas no âmbito da mídiósfera

Para a equipe de produção do “Fantástico”, conforme afirmação em reunião presencial, em janeiro de 2008 (encontro realizado na redação do programa, na sede da Rede Globo, no Rio de Janeiro), a interação é a salvação da TV, uma vez que ninguém consegue mais ficar passivo na frente da tela, comendo pipoca. Como expressou o diretor do programa, Luiz Nascimento, “o cara (telespectador) quer ser ativo, quer participar, quer fazer, quer mostrar o que faz”. Todos na produção têm claro que, depois do controle remoto, que permitiu o poder de escolha do canal, ninguém mais vai conseguir parar a vontade do telespectador. É um fenômeno que exige uma capacidade de administração deste relacionamento, porque, em contrapartida, todos acreditam: o papel editorial das redações vai continuar existindo.

Da mesma forma, todos apontam com convicção que o espaço de criação para produtos narrativos mais acabados, com maior rigor de qualidade, vai continuar existindo. Todavia, Nascimento alerta que vivemos outro tempo, no qual a estética não é a mesma, “o jovem quer ver o conteúdo”. A preocupação não seria com a qualidade. O fato é que ninguém na produção do programa manifesta qualquer dúvida de que os conteúdos editorial, criativo e colaborativo passaram a compor o espaço midiático não apenas da Internet e do celular, mas também da TV.

Nascimento informa que já existe um público fiel ao quadro e já existem alguns habitués nas contribuições que exigem uma atenção das equipes de produção para não haver privilégios ou repetições. No aspecto editorial, outra cautela do diretor é promover um rodízio entre os editores para que as seleções dos vídeos que serão veiculados na TV obedeçam a critérios comuns, coletivos e não individuais. O apresentador Zeca Camargo, pioneiro nessa articulação com o público (numa palestra, na Unisinos, em março de 2008), afirmou que essa estratégia de convergência entre TV e Internet fez com que o telespectador - antes apenas uma estatística - tenha nome e possa seguir dialogando, participando da elaboração do programa e realimentando assuntos tratados na TV. A percepção da equipe de produção é de que a Internet é o lugar de experimentar esse relacionamento e trazer para a TV o que serve para a TV.

5.2.8.4 Promessa institucional da emissora

Para a verificação da promessa institucional, do tratamento e enquadramento discursivo e da emissora, retomemos os três níveis de identidade de um canal sugeridos por Jost (2004): (a) conceito da programação: visão institucional, editoria; (b) programas: o conceito da programação; questão dos gêneros, do tema e do tom que articulam a programação; (c) discurso do canal: identidade visual, roupagem dos programas, chamadas, atrações – vamos encontrar uma coerência com as promessas de gênero. O conceito da programação de domingo da TV Globo, a exemplo das demais redes de TV Abertas, é de valorizar o entretenimento. O programa “Fantástico” surgiu como alternativa para enfrentar os programas de auditório que havia nas concorrentes e que carregam a audiência do horário.

Assim, a visão institucional claramente manifesta é de oferecer uma atração que assegure a liderança de audiência num dia em que ela era (e hoje voltou a ser) diluída. A primeira versão do “Fantástico” (como já vimos) priorizou a linha de *shows* e intercalou nas brechas o jornalismo. Esses pesos foram se alterando ao longo do tempo, mas a ideia de *entretenimento e informação* acabou também por se constituir como linha editorial. A programação de Domingo (revista de esportes, automóveis, transmissões de eventos, programas de humor, filmes juvenis, auditório, revista eletrônica e *reality show*) é embalada num conceito de lazer e diversão.

Os gêneros, como já vimos no caso do “Fantástico”, obedecem à mesma lógica. Em contrapartida, o tom que, à primeira vista, sinalizaria uma suavização temática, pode ganhar intensidade nos casos de atualidades de repercussão ou de reportagens (até investigativas) de grande impacto. No caso da Globo, o discurso do canal é de qualidade, inovação e diálogo com o telespectador (“*a gente se vê por aqui*” já foi *slogan* da emissora). A identidade visual e a roupagem (cenários, aberturas, vinhetas) evidenciam a preocupação com uma atualização técnica que preserva uma estética eletrônica sempre futurista, à frente do seu tempo. Toda cenografia e grafismo usados no “Fantástico” (como é possível observar nos *frames* selecionados na descrição dos quadros, apresentada na primeira parte deste capítulo) seguem a mesma referência.

O que não podemos esquecer é que, do ponto de vista discursivo, a ideia de “fazer televisão sem ser chato” e de buscar um relacionamento com o público tem encontrado abrigo nas ações inovadoras que a emissora faz por meio do programa (que, como relatado, virou um laboratório de formatos). Na fase atual em que o “Fantástico” entrevista no estúdio outras celebridades da emissora, os novos lançamentos de formatos são sempre anunciados no programa, ou seja, o *set* do “Show da Vida” serve, ao mesmo tempo, de base de teste e lançamento.

Assim, percebe-se claramente uma coerência interna entre a promessa institucional, a promessa de gêneros, a identidade do canal. Se pensarmos na noção de para-realidade, de Duarte (2001), uma realidade construída e controlada no âmbito da mídia, que indicializava seus signos a partir da coerência interna, vamos encontrar no “Fantástico” um bom exemplo dessa articulação. O percurso do quadro “Bola Cheia” e “Bola Murcha”, quando convoca *peladeiros* e institucionaliza a *pelada* na esfera do esporte, criando uma competição e prêmio, conferindo *status* de celebridades aos anônimos jogadores de fim de semana, constrói uma realidade própria. Por outro lado, cumpre seu propósito de aproximação e relacionamento com o público. A comunidade dos *peladeiros* do Brasil que circula pela TV, Internet, *blogs* e *twitter*, é uma comunidade de telespectadores do “Fantástico”.

5.2.8.5 Especificidades da gramática televisual – aplicação das promessas interativas, estratégias discursivas e transformações operadas nos produtos

Parece-nos suficientemente posto que a digitalização vem diluindo as diferenças técnicas de produção e recepção. Em consequência, verifica-se um embaralhado das possibilidades de aplicação da linguagem audiovisual. As novas câmeras de captação eletrônica HD Full que processam a imagem progressivamente e no número de *frames* do filme (24 quadro por segundo) se aproximam da resolução da película. A montagem para qualquer suporte é processada digitalmente (pode ser até no mesmo equipamento em rede), e a exibição também pode ser digital, tanto para cinema quanto para TV. A janela do quadro na TVD não é mais 4x3, é 16x9, retangular, numa amplitude lateral, do plano equivalente ao cinema. Os aparelhos de recepção, como já comentamos, oferecem dimensões de telas grandes, com definição e qualidade que não se distanciam muito da tele grande do cinema. O problema da tela grande e da tela pequena restaria hoje na relação com as telas do computador e do celular.

Considerando que a linguagem audiovisual é constituída a partir da noção de sequência de relato ou narrativa, a experiência do “Fantástico” apresenta esta perspectiva nos seus relatos factuais e ficcionais. Sobretudo, se observarmos, como indica Deleuze (1983) que os planos - embora possam ser enunciados para se efetivarem numa enunciação - dependem das combinações engendradas nas sequências ou das associações e interações sintagmáticas, cujas regularidades processuais na captação, para se efetivar. É através da montagem (ou no

corte mesa multicâmera), que se manifesta uma forma explícita de organização do discurso narrativo. Todos os VTs exibidos usam um plano americano ou médio do apresentador para, além de destacar seu papel de narrador articulador, permitir a identificação do cenário do programa. O vídeo com o material colaborativo, via de regra, entra com imagens de planos gerais que ajudam a localização do lugar no qual foi gravada a cena.

No caso específico do “Bola Cheia” e “Bola Murcha”, esclarece-se que o jogo relatado nos vídeos ocorreu em campo de várzea, em gramado de campeonatos amador, em campos de terra ou quadras esportivas fechadas ou abertas. Logo, segue um plano de conjunto em que os protagonistas da ação ganham maior evidência. Depois vêm os planos mais fechados e até detalhes. A narração ainda é intercalada com sequências de planos semelhantes, mas mostrando o espaço privado do personagem destacado na semana anterior ou, novamente, o espaço onde ocorreu o jogo, com imagens agora encenadas para um enquadramento profissional. A sequência ainda vai incluir depoimentos do personagem principal e dos coadjuvantes daquela representação do jogo gravado pelo telespectador.

Verifica-se assim, um tipo de montagem que organiza os planos, áudio e falas como naquela sintaxe base do audiovisual, da qual falamos no primeiro capítulo. A gramática da TV é que vai inscrever nas narrativas suas variações com a aplicação da máscara gráfica que reproduz a janela de exibição dos *softwares* de vídeo da Internet. O recurso mostra a articulação narrativa que procura demarcar, para o telespectador, a diferença da definição de imagem e, com isso, operar na lógica da atualização da promessa. Com a ajuda de uma “deixa” simbólica, destaca que é um vídeo que veio via *Web* e que foi captado por uma câmera amadora. O detalhe também carrega uma função discursiva (como vimos) de confirmar a promessa de interatividade. Funciona como se o apresentador dissesse que a prova de que os processos de interação são para valer é que, na TV do padrão de qualidade, entra imagem de celular e de *webcam*. Embora também reforce discursivamente a ideia de convergência, contribui para a sustentação do entendimento de que a linguagem audiovisual é comum a todas as plataformas e que suas variações estão nas suas adaptações aplicadas às sutilezas que ainda persistem nas condições de recepção. É essa perspectiva de organização discursiva e de estruturas narrativas que deixa resíduos das marcas de autoria do telespectador.

5.2.8.6 Nível de grandeza das contribuições autorais do telespectador

Quando verificamos os números das contribuições ao “VC no Fantástico”, ao “Bola Cheia” e “Bola Murcha”, ao “Retrato Falado”, percebe-se um inegável volume de contribuições do telespectador. Como mencionamos ao longo da nossa análise, houve autoria de produção, da gravação dos vídeos, a edição caseira, o flagrante das cenas de futebol, as encenações e apresentações de dança e música, ou mesmo, devemos considerar as cartas ou e-mails com as histórias enviadas ao “Retrato Falado”. Os vídeos foram postados na página do programa. Houve um conjunto de ações, de iniciativas do telespectador. Todavia, para que esse papel autoral se consumasse, o material enviado precisava figurar no interior do texto televisual, que é o VT veiculado no programa “Fantástico”.

Como vimos, há toda uma complexidade de outras instâncias e procedimentos de produção que se interseccionam ao longo do percurso até o texto televisual ser exibido e assistido. Se pensarmos que cada texto carrega enunciados que configuram um discurso e que podemos encontrar, em cada enunciado, uma singularidade (MACHADO,2000) que, mesmo em forma única, carrega intencionalidades que obedecem à regência de certa economia, com vistas a envolver um determinado conjunto de acontecimentos e atingir um segmento de telespectadores. Resta saber se esse esforço colaborativo do público constitui, no texto exibido, alguma inscrição.

Se pensarmos nas formas fundadas no diálogo (sugeridas por MACHADO,2000), vamos verificar, nos textos e nas entonações da narração de Tadeu Schmidt, a variação de eloquência, o manejo da palavra oralizada que vai conferir toda a intencionalidade da redação “do programa em buscar a simulação dialógica com o telespectador que contribuiu e com o telespectador que está assistindo. O movimento segue na direção narrativa da neotelevisão de Eco (1985), na qual a proposta do texto é levar o Set do programa para o espaço da sala do espectador. Este, por sua vez, vai se manifestar discursivamente no vídeo que envia e nos áudios que deixa vazar na montagem original postada via Web. Esses sons e falas, quando passam pela edição final do VT, que vai ao ar no programa, inscreve algumas sobras de falas e versões do telespectador. São sobras de inscrição no momento da gravação da pelada e que passaram pelo crivo da edição.

Lembremos a senhora que criticou o goleiro que jogou a bola para dentro do gol, ou a menina que comemora quando grava um “Bola Murcha”. Mas a noção de polifonia, apropriada em Bakhtin (1997b) e aplicada por Machado (2000) às reportagens televisivas, vai aparecer mais explicitamente quando as equipes profissionais gravam depoimentos dos peladeiros destacados pela edição anterior. A condição de porta-voz de fonte aparece, embora logo seja transmutada para uma voz de personagem, de celebridade na qual as

intencionalidades passam a se ocupar da imagem pública dos agentes. A condição de testemunhas oculares, propriamente, fica reservada à imagem gravada, aquele flagrante dos lances das reações dos demais jogadores e da platéia. Essas sobras que escapam ao editor, entretanto, como já identificou Machado (2000), não deixam de se configurar como um efeito de mediação, de sorte a operarem com um jogo de versões no qual os sujeitos de comunicação envolvidos atuam em comum acordo.

Observada essa perspectiva a partir da narratologia (GENETTE, 1991), considerando que, além da descrição, ir a busca dos relatos factuais e ficcionais, dos vários níveis de enunciação que se manifestam discursivamente, nesses níveis de inscrições autorais, verificamos que o telespectador colaborativo ainda se circunscreve a uma dimensão virtual. Seu material é submetido e ajustado à modelização do enunciador ausente (METZ, 1997), do autor concreto (FOUCAULT, 1996), que expressa a perspectiva da organização midiática (representada pela emissora). Vimos que, quando veiculado, o material do telespectador ainda é mediado pelo apresentador e narrador (enunciador que relata através do texto audiovisual). Sua situação ganha novo status quando assume a condição de testemunho (o enunciador que autentica participando na ação narrativa ou na interpretação dela). Todavia, mesmo nessa condição de voz que integra a montagem, sua autonomia é limitada, conforme a adesão que sua fala promove na estrutura narrativa do VT definida pela redação do programa. Sua inscrição autoral está lá, ainda regulada pelos modelos de montagem e exibição, limitada pelo conjunto das intencionalidades midiáticas.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo do percurso de pesquisa da presente Tese, procuramos averiguar e confrontar cinco hipóteses que, na nossa proposição, mostravam configurar as mudanças provocadas pelo fenômeno da digitalização da televisão no Brasil. Para tanto, elegemos como objeto as promessas de interatividade em programas de informação da TV e nos propusemos um estudo das experiências do programa “Fantástico”, da Rede Globo, tomando como *corpus* o quadro interativo “VC no Fantástico”. Ao longo de quatro capítulos, estruturamos nossa reflexão teórica, articulamos nossas proposições à luz das percepções na análise do *corpus* e da nossa experiência empírica. Nessa etapa final da investigação, apresentamos, a seguir, nossas reflexões e conclusões finais, confrontando o percurso às hipóteses inicialmente apresentadas.

6.1 PRIMEIRA HIPÓTESE

A digitalização da televisão aponta para uma reconfiguração das mediações, sobretudo no âmbito de um espaço comum de construção simbólica que chamamos de miosfera, interferindo diretamente na gramática das formas de expressão televisual, bem como nas relações de interação entre emissora e telespectadores.

Ao longo do presente trabalho, mostra-se verificável um cenário de convergência de mídias digitais no sentido da configuração de um sistema de publicação, distribuição, exibição e consumo de conteúdo em um ambiente multiplataforma. Esse sistema ora opera acoplado, ora se interseccionam, ora integra mais de um dispositivo midiático ou vários ao mesmo tempo. Esse quadro permite a inferência de que as relações entre os sujeitos da comunicação cada vez mais passam a ser mediadas pelas mídias. Nessa razão, as Instâncias de produção e recepção compartilham um espaço comum que constitui uma ambiência midiática. Trata-se da miosfera, tal como a imaginamos, uma esfera de construção, publicação e leitura textual na qual os sentidos se constroem e são discursivizados, gerando valores simbólicos num processo que alterna cumplicidade e conflito, mas que é regido por vínculos de fidelidade. Mesmo quando ocorre alguma ruptura a lógica de interdependência dos sistemas de produção

e sistemas simbólicos, promove, numa dinâmica de autorreorganização, um retorno ao equilíbrio dessa relação.

Quando pensamos em números (como aqueles encontrados ou já conhecidos e confirmados pelas fontes localizadas no curso desta pesquisa), que indicam que mais de 90% da população brasileira, superior a 180 milhões de habitantes (dados do IBGE), assistem à televisão, em média (no mínimo), de quatro horas por dia, que próximo da metade dessa população tem algum tipo de acesso à rede mundial de computadores, que mais de 10 milhões já contam com conexões banda larga (a previsão é atingir 75% até 2014), que mais de 70% já tem telefone celular, não há mais como imaginar o mundo com relações interpessoais e sociais prioritariamente pautadas pela comunicação presencial.

A configuração das redes sociais que mobilizam legiões nos portais de relacionamento, que abrigam as redes sociais (*MSN, Orkut, MySpace e Facebook*), nos *blogs* e nos *microblogs (twitter)*, atraem para dentro dessa ambiência novas formas de sociabilidade (CASTELLS, 2003) por meio de um convívio social em rede e que constituem dinâmicas de uma vida pública virtual. Vários exemplos elencados ao longo deste trabalho de pesquisa (a campanha eleitoral de Barack Obama nos EUA, as manifestações pós-eleitorais no Irã, o Blog da Petrobrás no Brasil, o caso do senador Mercadante que anunciou pelo *twitter* sua renúncia ao cargo de líder do PT no Senado) mostram como se dá essa nova dinâmica social. Seguramente, o caso do Senador Aluísio Mercadante experimentando, em agosto de 2009, foi o mais curioso desta nova ordem de mundo mediado pelas mídias.

Lembremos que o senador do PT comunicou aos seus seguidores no *twitter* que renunciaria à liderança do governo. A informação, que virou notícia em todas as mídias de massa a partir do texto no *twitter* do senador, acabou mais tarde por ser revisada num pronunciamento presencial, na tribuna do Senado, que somente ganhou publicidade massiva pelas câmeras da TV Senado que transmitiam ao vivo a sessão. A exposição do senador, no passo a passo do seu processo decisório, lhe causou um desgaste político que pode lhe custar mais caro que aquele pago pelo presidente do Senado ao qual, direta ou indiretamente, Mercadante ajudou a atenuar. O fato é que o cruzamento entre a vida natural e o mundo midiático mediado por todos esses recursos tecnológicos tanto servem para registrar todos os rastros da vida pessoal (que se torna pública pelos *blogs* e *microblogs*), quanto para assegurar uma visibilidade pública no ambiente social virtual.

No campo das mediações midiáticas, a contínua exposição nessa ambiência constituiu-se num fenômeno diverso daquele no qual as mídias operavam restritas às suas esperas próprias de publicação e consumo de conteúdos. Da mesma forma, essas

configurações das redes sociais, por meio das mídias, estimularam a produção de conteúdos por parte da instância da recepção que passou a trocar vídeos, fotos e textos por meio desses meios digitais (tanto conteúdos inéditos de produções cinematográficas e das redes de TV, quanto produzidos pelos antes espectadores). O conceito de publicação e consumo compartilhado, que provedores e internautas convencionaram chamar de 2.0, primeiramente constituído na *Web*, logo chegou à TV, aos jornais (via *sites*) e sofisticou as interações no rádio, antes restritas à comunicação pelo telefone. O público que antes figurava como audiência passou também a produzir conteúdo. A ideia de interatividade, com a digitalização da TV, ganha fôlego com esse fenômeno da produção colaborativa do público no qual, mesmo os mais céticos (como alguns núcleos de engenharia das TVs Abertas) se renderam à evidência. Gradualmente, as principais redes brasileiras incorporaram processos de interação com seus telespectadores por meio de ofertas interativas via *Internet*, como vimos no exemplo analisado do programa “Fantástico” da TV Globo.

Outro ponto que se apresenta como evidência é a ação compartilhada e complementar das mídias. Apesar de os arautos das novas mídias repetirem, no século XXI, a mesma façanha equivocada dos futurólogos do século XX, que anunciaram a morte do jornal, do cinema, do rádio, da TV, as mídias tradicionais seguem seu curso e ganham robustez a cada movimento de incorporação de novas plataformas. Basta lembrar que dados do IBOPE de julho, agosto e da primeira semana de setembro de 2009, aferidos na grande São Paulo, mostram uma audiência superior a 40 pontos (cada ponto equivale a cerca de 60 mil residências – como revelou o site www.adnews.com.br, acesso em 12/09/2009) para a telenovela das oito da Rede Globo (Caminhos das Índias), com picos de 54 pontos (se aproximando dos 70 milhões de telespectadores). Na mesma linha, a publicação de pesquisa da Inter-meios (sistema de aferições da publicação Meio & Mensagem, divulgada em agosto de 2009) revela que a televisão abocanhou no primeiro semestre do ano 60% do bolo de investimentos publicitários, enquanto que a Internet absorveu 4,8%. Ambas cresceram em relação ao ano de 2008, na verdade, a Internet mais (22,8% contra 3,9% da TV), mas a TV por assinatura também cresceu 4,8%, ou seja, as “velhas mídias” seguem bem posicionadas na preferência do público e do mercado.

Enfim, o que se verifica é uma realidade que reúne a configuração da tecnologia no processo de digitalização dos meios de produção, publicação, exibição e consumo, o comportamento da audiência (o público diversificou suas opções de acesso à informação e ao entretenimento) e as tendências do mercado que financia o negócio “comunicação”. O que

antes era rigorosamente vertical nos processos de cada mídia mostra-se agora numa perspectiva horizontal.

A combinação das três situações promoveu a consolidação das operações das mídias (de produção, publicação e consumo de conteúdo) numa dinâmica de convergência de conteúdos, distribuição multiplataforma e consumo multimídia, especialmente nas experiências verificadas na TV e na *Web*. Mesmo quando estiverem funcionando os *middleware* gíngua nos aparelhos receptores de TV e as novas TVs que têm possibilidade de acesso banda estiverem na maioria dos lares, esse casamento do *broadcasting* (TV aberta) com a *broadband* (conexão de Internet) tende a se manter fiel. Da mesma maneira, ganhou vigor a distribuição de conteúdo multiplataforma, fazendo com que as produções, especialmente de texto e fotos, mas também audiovisual, circulem por todo o tipo de mídia e sejam consumidas.

A estratégia de chegar ao público até onde ele estiver abarca todo o tipo de recepção seja impressa e, principalmente, digital. É o caso da recepção móvel nos aparelho de telefone celular, nos carros, ônibus e metrô (uma realidade nas transmissões abertas das emissoras paulistas e, no caso do metrô e do ônibus, uma experiência que fazem a TV Globo e a TV Bandeirantes na cidade de São Paulo). É o exemplo que verificamos no programa “Fantástico”, que usa a *Web*, que tem um canal de conteúdo na Internet dedicado exclusivamente ao telespectador, que publica uma revista, hoje anual, e que edita livros. São ações que sistematizam e ampliam o material usado nas séries apresentadas na TV e materializam uma estratégia multiplataforma da emissora. Por fim, registre-se a produção de conteúdo que efetivamente incorpora o material colaborativo, proveniente do público, juntamente ao conteúdo editorial, este resultante da produção natural (tradicional) das empresas de comunicação.

Desta maneira, confirma-se nossa perspectiva de que há uma interferência consequente do processo de digitalização nas relações de interação entre emissora e telespectadores. No mesmo sentido, podemos verificar formas de expressão televisual que foram impactadas pelo mesmo processo. Recordemos o exemplo do “VC no Fantástico”, que incorporou à TV a exibição de vídeos com imagens em baixa definição, gravados com câmeras domésticas, *webcam* e câmeras de telefones celulares. A veiculação desse material, antes esporádico, restrito aos casos de flagrantes excepcionais captados pelos chamados cinegrafistas amadores, virou rotina em todos os programas jornalísticos da TV Globo e ganhou um quadro especial nas noites de domingo, na mesma emissora. O reconhecimento autoral do telespectador, ainda que primeiramente num plano de discurso institucional,

também implica numa nova inscrição no conteúdo televisual veiculado por uma grande rede nacional da TV.

Em contrapartida, é verdade que essa inscrição se adapta à linguagem audiovisual expressa na televisão: captação em sequência de planos, montagem e, mais tarde, nova edição pelas equipes do programa. Mas também há o fato de que o vídeo, gravado com câmera simples, montado no computador de casa (na maioria das vezes com *movie maker*, *software* comum em PC ou disponível para *download* gratuito na rede) e enviado pela *Web*, está lá exibido com os créditos do autor no santuário do padrão de qualidade da TV Brasileira, no horário nobre do domingo à noite, com uma audiência média de 23 pontos (mais de 40 milhões de telespectadores ao mesmo tempo). Esse é um fato que confirma os efeitos da digitalização na forma de expressão televisual em relação aquela situação antes verificada no mundo analógico da televisão.

6.2 SEGUNDA HIPÓTESE

As emissoras de televisão não abdicam do controle de seus discursos, mas desenvolvem novas estratégias de modelização desse processo, portanto manutenção desse poder de filtro, mesmo quando produzem efeitos de sentido de interatividade.

Como desenvolvemos ao longo deste trabalho, as empresas de comunicação operam meios que se configuram com sistemas de funcionamento da sociedade, os quais, apesar de serem autofortificados, primarem por um fechamento operacional e por uma autonomia autopoietica de reorganização, somente se consolidam na esfera pública com a atuação dos sistemas de significação. Este último, ao mesmo tempo em que dá sentido ao primeiro, provoca dissipações que tendem a desestabilizar seu equilíbrio nas relações externas com outros sistemas de função da sociedade.

Da mesma maneira, a interpermeabilidade entre os sistemas de produção e distribuição e os sistemas de significação implica em dinâmicas de modelização deste último. As condições de produção, distribuição, exibição e consumo nas relações entre as instâncias de produção e recepção demandam espaços comuns de publicação e leitura por meio dos quais o reconhecimento do texto se processa. É o espaço da promessa e da adesão. São essas circunstâncias que exigem forma e expressão para que um texto audiovisual possa ser proposto e compreendido: (a) seja pelo uso da linguagem em planos isolados que enquadram

locais, ações, personagens, objetos-detelhes de gestos e expressões faciais, apresentados depois em sequências que estruturam as frases televisivas que ainda requerem os sons (as falas, os ruídos, as trilhas) que, como muletas, emprestam referências da linguagem verbal e sonora, para complementar, com seus signos, as escrituras significantes que almejam constituir sentido àquele texto; (b) seja pelo encargo articulador, estruturador verificado pelo roteiro, do *script*, da montagem, das vinhetas, das aberturas, dos blocos, dos intervalos, da publicidade (interna e externa), dos programas e, por fim, da grade de programação.

Esses processos, como já verificamos, não se apartam da condição de enunciados que produzem discursos e que, portanto, atendem a intencionalidades. As intenções, por sua vez, transportam toda a carga de tensões do macrossistema social (as disputas políticas, econômicas, sociais e culturais) e as pressões às quais o sistema midiático responde enquanto empresa (no âmbito da sua sustentabilidade e na esfera do relacionamento com seu público que, na razão do mercado, é quem consome seu produto – basicamente informação e entretenimento). Em outras palavras, um veículo de comunicação carrega, por trás de si, a lógica de empresa (mesmo no caso das organizações públicas) que necessita de capital (recursos humanos, técnicos e econômicos) e liquidez (no sentido financeiro, dinheiro no caixa para investir na remuneração dos recursos e na produção de novos conteúdos).

Não é demais reforçar que tanto a produção da linha de *shows* (ficção, programas de auditório, musicais, *reality*, etc.), quanto de informação (telejornais, revistas, entrevistas, jornadas esportivas e programas de esporte), no padrão estético da realização brasileira dos dias de hoje, exige robustos orçamentos. Emissoras de médio porte, como Rede Brasil, Cultura (públicas) e Rede Bandeirantes (privada) consomem atualmente de 200 a 300 milhões de reais. Canais de grande porte, como a Rede Globo, absorvem, como custo de produção, um gasto que passa da casa do bilhão de reais (estimativas do faturamento Rede Globo em 2008, publicado nos *sites* Adnews e Telaviva, registram cifras acima de 6 bilhões de reais).

Não se trata de uma operação de fácil administração, uma vez que o modelo de negócios dessas organizações se baseia na arrecadação publicitária e no repasse de verbas públicas, seja na condição de anúncios (caso das privadas), seja na forma de mantenedor (caso das públicas, que, por lei, ainda não podem vender espaços comerciais). O produto que essas emissoras oferecem é conteúdo e o trunfo que apresentam no mercado são índices de audiência, isto é, seu cacife mercadológico não está necessariamente vinculado à qualidade da sua linha de *shows* ou à seriedade e ética da sua apuração e divulgação de informações e, especialmente, notícias. Sua moeda de troca, ainda que vinculada aquelas qualidades referidas, está no *share*, que é o número de aparelhos de TV ligados, sintonizados em

determinado programa, em determinado horário, de determinado canal. As implicações da ditadura da audiência, como aparece em Bourdieu (1997), não podem ser ignoradas, fato que tem nos apresentado uma histórica controversa nas abordagens científicas e políticas em torno da televisão.

É sabido que todos os canais são concessões públicas, cujo fim constitucional é a informação, a promoção da cultura nacional, da cidadania e da educação. São finalidades que ambicionam uma ação transformadora da sociedade brasileira por meio da TV. Um desafio de envergadura erudita que até hoje não encontrou sucesso continuado em nenhuma das experiências empreendidas no país. As TVs privadas que se aproximaram dessa meta não resistiram economicamente (caso da TV Excelsior nos anos 60), as TVs públicas que hoje seguem essa receita registram índices de audiência inexpressivos, quando não é traço que oscila entre 1 e dois pontos. TV que não é vista não só não contribui para qualquer processo de transformação como também não paga as suas contas. Mesmo nas públicas, a função social que demandaria uma insistência na execução da missão de origem não encontra apoio incondicional do estado, dos governos, de financiadores privados, do mecenato e, muito menos, do próprio público.

Toda vez que essa contradição vem à mesa, o argumento de uso reiterado é o exemplo da BBC de Londres, cujo custo operacional é financiado por uma tarifa paga pelo povo inglês em todos os anos. Desde a sua origem, a emissora inglesa sempre contou com recursos que não só puderam financiar a consolidação da sua história de qualidade, de realização, como também ganhou apoio do povo local que lá assiste ao canal.

No Brasil, se tomarmos o exemplo da TV Cultura de São Paulo, o mais bem sucedido caso de TV pública no país (com um jornalismo combativo durante a ditadura militar, que resultou no assassinato do diretor do setor, o jornalista Wladimir Herzog, e com uma linha de pelo menos três programas infantis reconhecidos internacionalmente), verifica-se que é a emissora mais elogiada pelo paulistano em qualquer pesquisa de opinião ou enquete de rua. Todavia, o mesmo público que elogia não assiste ao canal, considerando que os índices de audiência raramente chegam aos três pontos, excepcionalmente passam disso. Resultado: a emissora que comemorou, em 2009, seus 40 anos, vive sua maior crise econômica e financeira, uma problemática que não parece tão singela quanto poderíamos desejar e quanto gostaríamos de acreditar.

Enfim, são registros empíricos que trazemos a esta etapa de exposição autoral e conclusiva do trabalho e que, embora, a primeira vista, possam parecer impressões paralelas ao percurso do trabalho, quando olhados à luz da relação da mídia TV com os sistemas de

função e, portanto, da sua necessidade de sustentabilidade enquanto sistema produtivo, são fatos do cotidiano da história televisual brasileira que não podem ser relativizados. Tratam-se das implicações da própria dinâmica do sistema de função mídia com os demais sistemas – político e, sobretudo, econômico. É o SPD operando a partir das suas entranhas.

Se trouxermos essa lógica para o *corpus* analisado no presente trabalho, vamos verificar que os números do “Fantástico”, aos domingos, travam uma dura batalha de audiência. As concorrentes, como Rede Record, jogam no horário um programa de auditório com Gugu Liberato (sucesso de audiência retirado das tardes do SBT), uma revista eletrônica e um programa de grandes reportagens. O SBT intensifica a carga com o próprio dono da Rede e animador Sílvio Santos, promovendo jogos e premiações. A Rede TV (antiga Rede Manchete) aposta no sucesso do programa de humor “Pânico na TV”. A medição do IBOPE de 31/08/2009 (divulgado pelo *site* Adnews, www.adnews.com.br, acesso em 10/09/2009) revelou que o “Show da Vida” conseguiu manter a liderança com 23 pontos, mas o Programa do Gugu, da Record, ficou em segundo, com 16 pontos, audiência inimaginável em 2007 para outra emissora que não fosse a Rede Globo. No encalço das líderes, o “Pânico na TV”, da Rede TV, empatou com Sílvio Santos, mantendo uma média de oito pontos. Cada ponto do IBOPE significa capacidade de arrecadação, logo, sustentabilidade, capacidade de realização.

É nesse quadro que a equipe do “Fantástico” se movimentou para valorizar a relação com um público que começou a assistir ao programa pela Internet. Todas as experiências anteriores (como o caso do “Retrato Falado”, “Minha Periferia”) mostraram que a convocação para participar da produção do programa encontra eco. Trabalhar esse relacionamento surge como uma garantia de fidelização. A própria direção do programa, como citado no quarto capítulo, admite o desejo de criar uma comunidade do programa a exemplo das redes sociais da *Web*. O “VC no Fantástico” é uma consequência das iniciativas (muitas) para preservar a audiência num cenário tão competitivo. Assim, mostra-se uma evidência de que a interação surge de uma pressão pela conquista do telespectador. A demanda latente é externa, e sua acolhida vem no sentido de atender esse pleito pelo valor que agrega à audiência. Os resultados verificados no conteúdo colaborativo, especialmente no quadro “Bola Cheia” e “Bola Murcha”, mostram o quão promissor é a iniciativa.

A migração do telespectador para a condição de colaborador da produção implicava na submissão às lógicas que presidem as condições de publicação e leitura. Como demonstrado no quarto capítulo, os aportes tinham que se submeter aos filtros da tematização, da edição, do *script*, da estrutura do texto televisual. É o mesmo processo pelo qual passa qualquer texto que vai ao ar na TV. A diferença, em relação ao editorial, é que, com o conteúdo colaborativo,

o efeito de interatividade obriga a instância da produção a operar seus filtros com maior parcimônia. Ela flexibiliza seus critérios de edição. No texto exclusivamente editorial, as regras de agenda e filtro são mais severas.

Recordemos também que, além das razões econômicas e institucionais mencionadas, há a natureza do serviço editorial em si que não pode ser ignorada. Trata-se da responsabilidade civil, ética e criminal sobre os conteúdos publicados, uma vez que as organizações seguem imputáveis por quaisquer abusos, calúnias ou inverdades que venham a ser divulgadas. Dessa maneira, por tudo até agora descrito, verifica-se uma tendência natural das empresas de comunicação de não abdicar da função que justifica sua existência institucional e econômica, que é o serviço de realização (no caso da linha de *shows*) e editoração (no caso das notícias) autofinanciáveis.

6.3 TERCEIRA HIPÓTESE

Os telespectadores, com os novos dispositivos de interação possibilitados pela tecnologia digital, passam a dispor de um espaço virtual de poder que tende a tensionar e contrapor a produção de sentido estruturada pelo sistema de produção e distribuição audiovisual da televisão, até então sob controle absoluto das emissoras.

Na perspectiva acima descrita, mostra-se que, no âmbito das articulações que se estabelecem em nível de condições de produção e reconhecimento, nesse ambiente de interatividade, a relação discursiva entre emissoras e telespectadores, esta sim, gradualmente se reconfigura. O espectador não somente é chamado a contribuir por contingência das estratégias com vistas à fidelização, mas por demanda do sujeito da comunicação no âmbito da instância da recepção. É um sujeito que encontrou, na esfera midiática, não apenas um espaço público de visibilidade social (sentido macro) como também um lugar de relacionamento e troca das tribos e de identificação da sua tribo (sentido micro).

Esse processo de sociabilidade midiática (de encontros, trocas e *status* social mediados pela mídia), pelo que vimos ao longo da presente pesquisa e dos casos descritos (especialmente presentes no segundo, terceiro e quarto capítulos), foi claramente facilitado pela digitalização dos meios de comunicação. Efetiva-se a perspectiva de que os dispositivos de relacionamento, disponíveis na *Web* e incorporados pela TV, materializam e dinamizam as ofertas interativas (nos diversos níveis comprovados no capítulo quarto) e os processos de

interação (como os verificados na experiência do “Fantástico”). As configurações da ambiência midiática, estabelecida na convergência entre o programa na TV e sua página na Internet, viabilizaram um espaço virtual de relacionamento entre a equipe de produção do programa e o telespectador que acessa a rede mundial de computadores. Isso é possível graças às dinâmicas que se dão na mídiósfera.

Da mesma forma, percebe-se o tensionamento entre a modelização dada pela gramática televisiva da linguagem audiovisual e da estética das suas narrativas com a apropriação delas pelo telespectador no papel de produtor. Este, de posse da gramática e da estética, ao criar seus próprios textos, tenta até uma ressignificação no texto audiovisual das inscrições discursivas/narrativas das emissoras. Mesmo que se submetendo ao jogo da modelização, o telespectador produtor ensaia um “contra” discurso do qual nos falou Foucault (1996). O exemplo da boneca Barbie usada no papel de vítima na versão internauta do assassinato de Taís (no caso das primeiras experiências do “VC no Fantástico” – que vimos no segundo capítulo) produz uma construção simbólica subjetiva, subjacente ao texto demandado pela emissora, incomum à média dos textos veiculados na TV e, mesmo, no programa. Essa tensão revela a mídiósfera na sua plena operação onde todas as estratégias do SPD (sistema fechado da mídia) se interpenetram pelo SSi (sistema aberto), gerando uma ambiência de regulação e construção de sentido que promete, que adere, mas que se conflita e negocia dentro de um contrato aberto às dissipações e às repactuações que permitam o convívio dos atores deste processo no espaço e na dinâmica desta ambiência.

No caso do “Bola Cheia” e “Bola Murcha”, verificamos um maior controle do sistema modelizador, especialmente pela operação de agenda quando elegeu o tema e pela operação do *script*, tomando como referência as estruturas das reportagens esportivas. Todavia, quando as vozes, no sentido apropriado de Machado (descrito no terceiro capítulo) se manifestam no interior do relato-narrativa (como vimos, há uma migração entre o fato e o enredo criado para contar a história), observam-se sobras, fugas, de manifestação autônoma do telespectador-produtor, que escapam ao crivo da edição (especialmente aqueles registros de som ambiente captados nas gravações originais dos lances e que vazam na edição da TV). É verdade que há escapes e fugas sutis, mínimas no conjunto do conteúdo que é filtrado e que, muitas vezes, servem ao propósito narrativo que o VT reportagem se propõe, mas elas estão lá e são verificáveis, o que não aconteceria sem os fenômenos atuais e os dispositivos digitais.

Dessa maneira, acredita-se que há a renovação das estratégias de parte a parte, numa *autopoiésis* permanente. Do lado das equipes das emissoras verifica-se uma flexibilização, por exemplo, por meio dos novos filtros para a publicação dos vídeos na TVs, às vezes

incorporados às transgressões destes telespectadores. Do lado dos telespectadores (especialmente das novas gerações), há uma aquisição cada vez maior das nuances da linguagem audiovisual aplicada à TV e à manipulação desses recursos em favor das suas intencionalidades, seja de visibilidade, seja discursiva.

Enfim, encontramos indicadores que nos estimulam na crença de que, nesse cenário e configuração da midiosfera, a complexidade dessa relação aumenta (haverá um tensionamento de interesses cada vez mais forte) e, se havia algum resquício de passividade, a atividade operativa nessa ambiência tende a fazer sumir a noção de mero espectador.

6.4 QUARTA HIPÓTESE

A convergência gera uma nova dinâmica na *midiosfera*, consolidando uma ambiência multimídia junto aos sistemas de comunicação eletrônica de massa na qual a dialogia passa a ser não mais apenas simbólica, mas instrumentalizada pela tecnologia, reconfigurando o *status* de autoria do discurso no produto televisivo e gerando espaços de “sobras” onde o telespectador, efetivamente, poderá inscrever algumas de suas marcas.

A *biosfera*, que aglutina a relação dos seres com o ambiente, a *noosfera*, que abarca a produção cultural e mental do indivíduo na biosfera, a *semiosfera*, que contempla toda a tecitura sígnica, na *noosfera*, a *videosfera*, que confere valor simbólico e configura ambiências de consumo dos textos audiovisuais e das dinâmicas da semiosfera, a *blogosfera*, que distende as relações simbólicas da videosfera para novos lugares de ambiência, promovendo lugares de interação, são noções conceituais e de articulação da sociedade moderna que, na presente reflexão, nos conduzem a perceber, desembocam na *midiosfera*. Com efeito, há uma ambiência de produção, publicação e consumo de conteúdos que resultam na produção de sentido e circulação de bens simbólicos que se constitui pelos dispositivos tecnológicos, semiodiscursivos e sócio-culturais que mobiliza. Há uma conjunção de sistemas fechados e abertos que configuram uma esfera pública mediada e virtual de construção de um imaginário compartilhado entre as instâncias de produção e recepção, mas sujeito às ações de ruptura, desequilíbrio, renegociação, numa lógica de tensões e trocas.

Vimos que a digitalização popularizou as possibilidades de gravar imagens e sons e editar esse material na forma e expressão da linguagem audiovisual (qualquer aparelho celular das novas gerações, comprado em promoções pós-paga das operadoras de telefonia a preços

inferiores a cem reais, são portadores de câmeras). Da mesma maneira, a disputa dos grandes portais (como Microsoft e Google) disponibilizaram gratuitamente *softwares* de relacionamento nos quais o internauta pode criar espaços de publicação e interação. Evidencia-se que a dialogia não se trata apenas de uma operação simbólica, mas pode ser materializada nas trocas de conteúdos, em tempo real, pela Internet e, agora, gradualmente incorporada pela TV, como observamos nos exemplos do “VC na TV”, adotado pela Rede Globo para o programa “Fantástico” e, atualmente, incluídas nas rotinas da maioria dos programas da emissora, particularmente aqueles de informação (lembramos o “Jornal Hoje” as edições locais de telejornais, o “Radar”, etc.).

A TV digital terrestre brasileira também desenvolveu, por meio das universidades do país, um *middleware* que oferece, na mídia televisiva, as mesmas possibilidades operacionais do computador. O problema ainda é o canal de retorno que contemple as manifestações do telespectador de casa para a emissora. O meio adotado atualmente e que tende a perdurar é a telefonia e as conexões banda larga (que já permitem uma fluidez nas comunicações da TV a cabo com seus públicos). Há também todas as possibilidades de captação de sinal em equipamentos móveis (carro, ônibus, metrô) e da telefonia celular. Para aumentar essa oferta, recentemente o congresso começou o processo de aprovação de uma medida que permite que as empresas de telefonia fixa possam distribuir serviço de TV por assinatura por meio do sistema IP (o sinal trafega pelo mesmo código do computador – *Internet Protocol*, chamado de IPTV, que usa a tecnologia ADSL, que assegura o tráfego dessas informações em pacotes e que se deslocam em alta velocidade), pelo cabo da linha telefônica.

No mesmo sentido, a ANATEL (agência reguladora da radiodifusão e das telecomunicações) trabalha a aprovação das transmissões de conexão da *Web* por intermédio da rede elétrica. Todas essas ações fazem os planos do governo brasileiro e dos futurologistas que estudam o mercado da mídia prever, como já mencionado, que, até 2014, mais de 150 milhões de brasileiros (75% da população) estarão conectados em banda larga.

Enfim, o cenário é de convergência e interoperabilidade (as plataformas vão se conversar). É fato que o conflito de interesses comerciais ainda faz os operadores da TV por assinatura evitar a adoção do *middleware* Ginga (com a conivência de alguns setores da indústria focados numa escala de mercado global). A medida, se adotada, tornaria todos os serviços de TV mais acessíveis e interligados. Também é fato que as ações de intervenção e regulação das políticas públicas ainda tenham muito por fazer.

Por outro lado, o esforço do governo brasileiro em expandir a adoção dos sistemas de transmissão digital terrestre nipo-brasileiro para a América Latina já colheu frutos (Peru e

Argentina formalizaram a adesão ao sistema, e outros países da região têm apresentado sinais de que vão seguir o mesmo caminho nas suas opções de digitalização da TV aberta). É uma realidade que torna difícil contestar a perspectiva multiplataforma e de convergência. Uma boa evidência desse quadro são as recentes manifestações do diretor de engenharia da Rede Globo, Fernando Bittencourt, que passou a defender abertamente a convergência entre TV e Internet (conforme publicou a *Convergência Digital* – <http://www.convergenciadigital.com.br/publique/cgi/> acesso em 31/08/2009), possibilidade que, até 2007, não estava incluída entre as principais estratégias desse setor da emissora que é responsável pela formulação das principais escolhas tecnológicas da empresa.

As considerações apresentadas na reflexão sobre nossa terceira hipótese já adiantaram que essa configuração de convergência no âmbito da mídiósfera, ainda que sobre o controle das práticas da redação das emissoras (setor responsável pelos filtros editoriais), gera sobras e permite inscrições de autoria (mesmo que limitada e condicionada) ao telespectador. Todavia, está longe, muito longe de atender o desejo de democratização, de equidade de forças e poder discursivo desejado pelos setores que criticam o poder conferido aos veículos de comunicação. Já comentamos que a relação entre as empresas de comunicação e os demais sistemas de função na sociedade (especialmente no campo político) é complexa. Da mesma maneira, já indicamos que a dependência econômica do mercado, ancorada pelos índices de audiência, também demanda concessões. Ainda assim, precisamos insistir, pois se verificam pistas de uma nova situação.

6.5 QUINTA HIPÓTESE

As condições e as matrizes de produção sempre representarão uma estrutura modelizante, com vistas ao enquadramento do telespectador enquanto produtor, fazendo este assumir uma condição enunciativa, uma categoria de “*enunciador virtual*”, seja por meio das narrativas, seja pelos meios técnicos.

A montagem, como a desenvolvemos a partir da noção de Deleuze (1985), tem um papel articulador e aglutinador da linguagem audiovisual. É ela que materializa a ação organizadora do discurso pré-estruturada no roteiro (enredo, ficção) e no *script* (relato documental). *Script*, roteiro e montagem representam o conjunto de instrumentos do enunciador ausente; o autor, no sentido organizador descrito por Foucault (1996), como

verificamos no primeiro capítulo e que constatamos nos exemplos apresentados no segundo e quarto capítulos subsequentes (autor que, no caso da TV), constitui-se na figura da instituição e da empresa de comunicação. Mesmo a captação de imagens destinada ao jornalismo televisivo que, *a priori*, não obedece a um *script* previamente escrito, segue uma sequência mental de planos e ações que são imprescindíveis para um relato audiovisual.

Essa decupagem implícita decorre das práticas e rotinas de edição de reportagem que elencam aquela sintaxe elementar do plano de localização (plano geral), plano de ação (plano de conjunto), plano de personagem (plano americano, plano médio, primeiro plano), plano de emoção (primeiro plano, primeiríssimo primeiro plano, *close*), plano de detalhe (Close e Det), que vão compor a estrutura textual da matéria jornalística a ser contada. Ou seja, mesmo no relato jornalístico, o cenário, a trama, os personagens, o conflito, o desfecho, da poética de Aristóteles, ainda que os referentes sejam do mundo natural, que as ações sejam resultado de um evento real, o fato, ao ser apresentado na TV, na forma de notícia, é regido por um enredo. Mesmo o maior rigor de distanciamento e de objetividade que norteia as práticas jornalísticas consegue deixar de ser contaminado pela forma e expressão da narrativa aristotélica, necessárias a uma história contada por meio da linguagem audiovisual.

Essa premissa, quando liberalizada pela migração entre os mundos real, ficcional e lúdico, como demonstrado no terceiro capítulo, distende ainda mais as fronteiras entre a descrição, o relato e a narrativa, facilitando a estrutura textual do que designamos como *mixnews*. Nos exemplos examinados no programa “Fantástico”, tanto no “Retrato Falado” quanto (e principalmente) no “VC no Fantástico” e, mais ainda, no “Bola Cheia” e “Bola Murcha”, a diluição das fronteiras na maneira de contar as histórias é evidente. Essa perspectiva se comprova com a recorrência com que o relato passa para a descrição, e essas escrituras operaram no interior de uma narrativa com personagens e jogos dialógicos (no sentido literário de Bakhtin, 1997b, e na razão da polifonia de vozes sustentada por Machado, 2000), e da maneira como as cenas são reproduzidas em produções cenográficas. Essa naturalização dos movimentos migratórios entre os mundos de referência sígnicas nos levou à proposição do gênero performático, cuja principal característica articuladora é a transversalidade com que se apropria das características dos demais gêneros ora clonando, ora hibridando, ora criando uma realidade própria.

O percurso que fez o quadro “Bola Cheia” e “Bola Murcha” é significativo, primeiramente por agendar como tema de destaque o futebol das peladas, atividade de lazer do homem comum, mas vinculada à antropologia social do brasileiro, inscrita como marca cultural distintiva do país. Pensadas como realidade do mundo natural, as peladas são um

fenômeno que justificariam uma grande reportagem, um dedicado documentário. Inegavelmente, trata-se de um assunto jornalístico. Uma revista que se preze não poderia ignorar essa pauta. Uma revista eletrônica apropriada do gênero performático, do *mixnews*, encontra-se liberada para abordar o tema além das fronteiras da grande reportagem e do documentário. É isso que fez o “Fantástico”.

Aproveitando-se ainda do cenário da audiência, das experiências interativas, convocou os *peladeiros* para que, como personagens e narradores, registrassem e protagonizassem flagrantes dos jogos de futebol pelas quadras, campos e várzeas do país a fora. A mobilização, didaticamente trabalhada pela produção do programa, deu resultado. *Peladeiros* do país inteiro começaram a entulhar a página do “Fantástico” na Internet com a postagem de inúmeros vídeos caseiros.

A redação decidiu alimentar essa onda e criou um concurso escolhendo, mês a mês, finalistas para uma edição final ao término do ano. Personalidades, celebridades e notáveis do esporte foram convocados para autenticar a seleção do programa de TV. O concurso foi institucionalizado; equipararam-se as seleções oficiais do futebol profissional. Os vencedores participaram de uma solenidade real na CBF (confederação que aglutina as federações estaduais de futebol no Brasil). Os *peladeiros* foram levados pelo “Fantástico” ao espaço da elite do esporte.

Os finalistas ainda foram reunidos num jogo no Maracanã, produzido exclusivamente por e para a Rede Globo. Foi uma série de articulações que conferiu ao brasileiro comum, telespectador do “Fantástico”, o *status* de celebridade. Em outras palavras, um referente do mundo real foi narrativamente tratado como lúdico; construiu uma realidade representada por semelhança (perspectiva ficcional) que volta a se inscrever no mundo real quando os *peladeiros* são premiados numa solenidade com Pele, Zico, Zagalo e outros mitos do futebol profissional. Graças ao programa, a figura *peladeiros* virou uma categoria reconhecida do esporte futebol. Assim, verifica-se, nessa capacidade de construção de realidade, uma prerrogativa da força editorial da emissora e do programa também asseguradas pelas formas de escrituras do gênero e das narrativas adotadas no “Fantástico”.

É também essa faculdade e autoridade de força autoral que libera a equipe de produção para compartilhar a construção de conteúdo com os telespectadores. A resposta, com o envio de vídeos gravados com câmeras amadoras e, até, de telefones celulares e editados com *software* livres da *Web*, mostra que o público, ávido pela participação, assume uma função enunciativa. É verdade que muitos vídeos chegam à redação com as cenas

contínuas sem cortes, mas, gradualmente, as contribuições passam a apresentar um tratamento de captação e, minimamente, de montagem.

Na perspectiva daquele que manda o vídeo, a autoria e a colaboração são dele. Dessa maneira, é importante perceber aqui duas visões: a do telespectador e a da emissora. Para o telespectador, foi um vídeo gravado pela câmera doméstica, amadora, dele, enviado pela *Web*, sem a qualidade e definição das imagens profissionais da Globo que foi para o ar. Para quem gravou a cena não há dúvida da autoria. Ele estava lá no cenário da pelada, ele captou o flagrante, ele *encodou* (neologismo adotado pelo jargão da engenharia para explicar o processo de adaptação do código digital de uma mídia para o código da outra) o vídeo para o sistema do computador. Editando ou enviando o trecho do lance em plano contínuo, foi o telespectador quem se cadastrou na página do “Fantástico” na *Web*, quem postou o material e autorizou sua publicação. Se pensarmos na noção do direito, o ato de autorizar a veiculação configura prerrogativa do direito de autor.

A mesma linha de raciocínio pode ser aplicada para o personagem que protagonizou a jogada objeto do registro. Perceba-se, trata-se de um registro, um documento audiovisual. A cena original aconteceu, foi real. Configura um flagrante que, no tratamento dado pelo programa, ascende ao *status* de flagrante do jornalismo esportivo. Tecnicamente, o protagonista foi documentado num evento público, e não haveria a obrigatoriedade de autorização da imagem, mas a norma da emissora incluiu no documento que prevê a cedência dos direitos autorais a responsabilidade do internauta para com a autorização de imagem também daquele que praticou a cena mostrada no vídeo. Ao mesmo tempo que essa medida configura outra inscrição autoral, também faz com que o telespectador, na condição de produtor de conteúdo colaborativo, incorpore outra prática da produção televisiva, de sorte que a captação, a montagem, a publicação vão enquadrando a forma e expressão da contribuição. Para o telespectador, ele está num lugar no qual nunca esteve, ocupando um espaço que antes não lhe era possível ocupar.

Do ponto de vista da produção do programa, com vimos no quarto capítulo e mencionamos nesta fase de conclusões, há uma carga editorial, há a força enunciativa da empresa, o processo organizador e estruturante da forma de apresentação dos VTs no programa. As práticas de produção e maneira como o material audiovisual é enformado para ser exibido constituem-se em filtros e seleções que implicam em atos enunciativo-discursivos verificáveis no texto, como já vimos. Essa tensão entre o editorial e o colaborativo, cujo controle de publicação ainda está sob a tutela majoritária do primeiro, é que acreditamos efetivar a virtualidade da enunciação do telespectador. Ela ocorre no âmbito da mídiassfera,

ganha autonomia de sentido enquanto constitutiva de leitura e reconhecimento, mas, ao se inscrever explicitamente no texto, passa pelo crivo editorial que, por sua vez, materializa a batuta do enunciador ausente, a empresa. Todavia, é impossível negar que, nas ofertas interativas do “Fantástico”, como o “Bola Cheia” e “Bola Murcha”, encontramos processos de interação entre a produção do programa e o telespectador, nas quais o primeiro se vê condicionado a flexibilizar seus critérios de veiculação, e o segundo se sente empoderado na condição de produtor-colaborador.

6.6 CONCLUSÕES

O presente trabalho procura apresentar, dessa maneira, algumas pistas com o intuito de contribuir na compreensão do presente fenômeno das ofertas interativas e das interações em curso na implantação da TV Digital no Brasil. Não há como enfrentar todas as questões, sobretudo pela velocidade das transformações e pela complexidade das dinâmicas que se instituem. Acreditamos, por outro lado, que se mostra promissora nossa perspectiva de miosfera, sem a qual acreditamos não haver como contemplar as configurações que ganham os mundos e as realidades mediadas pelas mídias. Nessa direção, percebe-se claramente não há mais como unicamente conceber o enquadramento do conteúdo da mídia que o produz e veicula. O ambiente de convergência demonstrado ao longo do presente trabalho configura um cenário midiático de distribuição de conteúdo por meio de multiplataformas. Não é possível pensar apenas em produzir para TV e se limitar às condições de distribuição e consumo da TV, assim sucessivamente para Internet, para o Celular (se quisermos, vale o mesmo para o impresso e para o rádio). Essa conjunção de ofertas interativas e processos de interação consolidam uma perspectiva de produção de conteúdo que, na sua origem, visa à distribuição em todas as mídias. Com efeito, essa constatação implica em mudar a forma de produzir, de pensar os processos e as práticas. Acredita-se que a digitalização provoca uma ruptura com a situação de refém ao qual o conteúdo esteve condicionado na era analógica. Historicamente, as condições tecnológicas de produção, exibição e recepção determinaram e enquadraram as formas e a expressão do conteúdo a cada mídia. Agora, com a popularização de qualquer equipamento de captação de imagens, como interoperabilidade dos sistemas de recepção, são os criadores e os consumidores de conteúdo quem determina onde, como e quando vão assistir e consumir os textos audiovisuais. Aparentemente sutil, no entanto, é uma

inversão de paradigma para a qual a instância de produção ainda não se encontra suficientemente preparada; basta averiguar as estratégias tradicionais às quais recorre na interação com os públicos. O quê e como fazer ainda se apresentam nebulosos nas diversas redações. Em contrapartida, o consumidor de conteúdo parece gradualmente, embora progressivamente, ter uma noção clara do conteúdo que quer, quando e como deseja ver e, ainda, mostra ter uma noção mais desanuviada da condição de colaborador.

O fato é que cada vez mais um conteúdo vai circular pela TV, pelos *sites*, blogs e *chats* da *Web*; vai mobilizar os seguidores dos *microblogs*, como os *twitter* acessíveis nos telefones celulares, vai frequentar o espaço de canais fechados (IPTV, cabo ou satélite), revistas, livros. É uma perspectiva que dá sentido à nossa ideia de midiosfera; potencializa nossa perspectiva de linguagem audiovisual sob diversas aplicações, segundo as gramáticas requeridas em cada mídia. Dá fôlego às dinâmicas dos gêneros (a noção de performático) no processo comunicacional da promessa, adesão e contrato de vínculo e fidelização. Da mesma forma, vitaliza os subgêneros (*mixnews*) e os formatos interativos (experiências de “VC no Fantástico”). Seguramente, há muito ainda por avançar no sentido de investigação, reflexão e formulação desses fenômenos em curso, mas acreditamos ter elencado aqui algumas pistas que mostram a complexidade, as relações dialéticas, contraditórias, conflituosas e que afastam perspectivas maniqueístas que se revelam sem lugar nos preceitos das dinâmicas da midiosfera. São alguns indicadores ainda singelos que, espera-se, possam ajudar na continuidade das investigações deste instigante tema.

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor W. **“Television and the Mass Culture Patterns”**, en **Quarterly o film, Radio a Television**. University of California Press, v.8, 1954.

ADORNOR, T. e HORKHEIMER, M.. **La production industrielle des biens culturels”(1947)**, in **La Dialectique de La raison**. Gallimard, Paris, 1974. AUMONT, J. **A imagem**. São Paulo: Papirus, 1997.

ALSINA, M. R. **Teorías de la comunicación; ámbitos, métodos y perspectivas**. València: Universitat de València, 2001.

BAKHTIN, M. **Marxismo e filosofia da linguagem**. São Paulo: Hucitec, 1981.

_____. **Estética da criação verbal**. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

_____. **Problemas da poética de Dostoiévski**. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997b.

BARBOSA FILHO, André, CASTRO, Cosette e TOME, Takashi. **Mídias Digitais, Convergência Tecnológica e Inclusão Social**. São Paulo: Ed. Paulinas, 2005.

BARBOSA FILHO, André e CASTRO, Cosette. **Comunicação Digital: Educação, Tecnologia e Novos Comportamentos**, São Paulo: Paulinas, 2008

BARTHES, R. **O óbvio e o obtuso**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990.

BAUDRILLARD, J. **O sistema dos objetos**. 4. ed. São Paulo: Perspectiva, 2000.

_____. **Para uma crítica da economia política do signo**. Lisboa: Edições 70, 1981.

_____. **A sociedade de consumo**. São Paulo: Fontes, 1981.

_____. **Tela total: mitologias da era do virtual e da imagem**. Porto Alegre: Sulina, 1997.

BECKER, V.; MONTEZ, C. **TV Digital Interativa: conceitos, desafios e perspectivas para o Brasil**. Florianópolis: 12TV, 2004.

BENJAMIN, Walter. **Experiência e Pobreza** in: Walter Benjamin - Obras Escolhidas, Vol. 1, São Paulo, Brasiliense, 1996.

BENVENISTE, Eugéne. **Problème de Linguistique Générale 2**. Paris : Gallimard, 1974.

_____. **A obra de arte na época de sua reprodutividade técnica**. In: Teoria da cultura de massa. Introdução, comentários e seleção de Luiz da Costa Lima. 3. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982, pp. 209-240.

BERLO, David K. **O processo da comunicação: introdução à teoria e à prática**. São Paulo: Martins Fontes, 1991.

BETTETINI, G. e COLOMBO, F. **Las Nuevas Tecnologías de la Comunicación**. Barcelona: Paidós, 1995.

BHABHA, H. K. **O local da cultura**. Belo Horizonte: UFMG, 2003.

BOLAÑO, C.R.S., e BRITTOS, V.C.. **A televisão brasileira na era digital**. São Paulo:Paulos, 2007.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.

_____. **A economia dos bens simbólicos**. In: Razões práticas sobre a teoria da ação. São Paulo: Papiros, 1996. p. 157 a 197.

BRAGA, J. L. **Interação e Recepção. CD-ROM. GT Comunicação e Recepção, IX Compós**, Porto Alegre: Compós, 2000.

BREED, W.. **Social Control in the Newsroom: a functional analysis**. Social Foccus. Vol. 33, 1955.

BUONANNO, M. **El drama televisivo: identidad y contenidos sociales**. Barcelona: Gedisa, 1999.

CALABRESE, O. **A idade neobarroca**. Lisboa: Edições 70, 1987.

CALLOIS, Roger. **Les Deux e les Hommes**. Paris: Gallimard, Coll "Folio-essai", 1967.

CANCLINI, N. G. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. 4. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 1999.

CASETTI, F.; DI CHIO, F. **Análisis de la televisión; instrumentos, métodos y prácticas de investigación**. Barcelona: Paidós, 1999.

CASETTI, F.; ODIN, R.. **Dela paleo – à la neo – télévision**. Paris : Comunicações. N°51, 1990.

CASTELLS, Manuel. **Galáxia da Internet: reflexões sobre a Internet, os negócios e a Sociedade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.

CHARAUDEAU, P.; GHIGLIONE, R. **La parole confisquée**. Paris: Dunod, 1999.

CHAMBAT- HOUILLON, Marie-France. **La question de identité de la troisième chaîne**, in : La Télévision. Du CNRS, dir François Jost, 2005.

CHARDIN, T. **The Human Phenomenon**. Brighton: Sussex Academic Press. Vol. 172, 2003.

DEBRAY, R.. **L'Etat séducteur**. Paris: Gallimard, 1993.

DELEUZE, Gilles. **L'anti-Edipe (avec Félix Guattari)**. Paris: Les éditions de minuit, 1972.

_____. **Rhizome (avec Félix Guattari)**. Paris: Les éditions de minuit, 1976.

_____. **L'image-mouvement**. Paris: Minuit, 1983.

_____. **L'image-temps**. Paris: Minuit, 1985.

DELEUZE, Gilles. **Différence et répétition**. Paris: PUF, 1969.

DONDIS, D. A. **Sintaxe da linguagem visual**. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

DUARTE, Elizabeth Bastos. **Televisão: lógicas e estratégias e configurações**. São Leopoldo: 2001.

_____. **Das lógicas às configurações discursivas na produção televisiva**. São Leopoldo: Unisinos, 2002.

_____. **Televisão: ensaios metodológicos**. Porto Alegre: Sulina, 2004.

EAGLETON, Terry. **La idea de cultura: una mirada política sobre los conflictos culturales**. Barcelona/ Buenos Aires: Ediciones Páidos, 2001.

ECO, U. **Os limites da interpretação**. São Paulo: Perspectiva, 2000.

_____. **Obra Aberta**. Lisboa: Difel, 1989

_____. **Tevê: a transparência perdida. In: Viagem na Irrealidade Cotidiana**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

_____. **Conceito de Texto**. São Paulo: USP, 1984.

EISENSTEIN, Sergei. **A forma do filme**. Rio de Janeiro: Zahar, 1990.

_____. **O sentido do filme**. Rio de Janeiro: Zahar, 1990.

FABBRI, P. **Tácticas de los signos**. Buenos Aires: Gedisa, 1995.

_____. **El giro semiótico**. Barcelona: Gedisa, 1999.

FAYARD, P. **O jogo da interação**. Caxias: EDUCS, 2000.

FEATHERSTONE, M. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

FERREIRA, Jairo . **Uma abordagem triádica dos dispositivos midiáticos**. Líbero (FACASPER), v. 1, p. 1-15, 2006.

_____. **Midiatização, dispositivos, processos sociais e comunicação**. Apresentando em encontro da COMPÓS, 2007.

FONTANILLE, J. **Semiótica do visível: des mondes de lumière**. Paris: Presses Universitaires, 1997.

FORD, A. **Navegações; comunicação, cultura e crise**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1999.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. São Paulo: Loyola, 1996.

_____. **O que é um autor?** Lisboa: Vega, 1992.

FRAGOSO, S. D. **Mídia interativos e a televisão digital: revisão e considerações técnicas**, *Coletânea Cultura e Saber*, vol. 2 no. 4, Caxias do Sul: EDUCS, 1998, pp. 81-92.

_____. **Representações espaciais em novas mídias in D. F. Silva e S. D. Fragoso, Desafios Plurais em Comunicação**. São Leopoldo: Unisinos, 2000.

FREUD, Sigmund. **Novas conferências Introdutórias sobre psicanálise e outros trabalhos, V.XXII (1932-1936)**. Rio de Janeiro: Imago, 1976.

GARDIES, R.; TARANGER, M. (orgs.). **Télévision: questions de formes**. Paris: L'Harmattan, 2001.

GENETTE, Gérard. **Figures III**. Paris, Collecção Poétique, 1972.

_____. **Palimpsestes**. Paris, Paris: Points, Seuil, 1992.

_____. **Fiction-diction**. Paris: Seuil, 1991.

GERBNER, G. **Towards a general model of communication**. Audio visual Communication Review, 4: 171-199. In: Souza, Jorge Pedro. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2004.

GIDDENS, A. **Modernidade e identidade pessoal**. 2. ed. Oeiras: Celta Editora, 1997.

GRANDI, R. **Texto y contexto en los medios de comunicación**. Barcelona: Bosch, 1995.

GREIMAS, A.; COURTÈS, J. **Dicionário de semiótica**. São Paulo: Cultrix, 1989.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública**. Rio de Janeiro: Edições Tempo, 1984

HIRST, P.; THOMPSON, G. **Globalização em questão**. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 1998.

HJELMSLEV, L. **Prolegômenos a uma teoria da linguagem**. São Paulo: Perspectiva, 1975.

HUYGUE, R. **O poder da imagem**. São Paulo: Martins Fontes, 1986.

IANNI, O. **Enigmas da modernidade-mundo**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000.

JAMESON, F. **Pós-modernismo; a lógica cultural do capitalismo tardio**. 2. ed. São Paulo: Ática, 1997.

JENNY, L. et al. **Intertextualidade**. Coimbra: Almedina, 1979.

JENKINS, Henry. **A Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

JIMÉNEZ, Jesús Garcia. **Narrativa Audiovisual**. Madrid: Cátedra, 1996.

JOLY, M. **Introduction à l'analyse de l'image**. Paris: Nathan, 1994.

JOST, F. **L'oeil-câmera : entre o Film et Roman**. Presses Universitaires de Lyon, coll. Regardez et Ecoutez, 1989.

_____. **La télévision du quotidien: entre réalité et fiction**. Bruxelles: Boeck, 2001.

_____. **L'empire du loft**. Paris: La Dispute, 2002.

_____. **Realità/Finzione: l'impero del falso**. Paris: Il Castoro, 2003.

_____. **Seis lições sobre televisão**. Porto Alegre: Sulina, 2004.

_____. **Introduction à l'analyse de la télévision**. Paris: Ellipses, 2004 B.

_____. **Comprendre La télévision**. Paris: Armand Collin, 2005.

KANT, I. **A crítica da razão pura**. Lisboa: Calouste Gulbenkain, 1985.

KELLNER, D. **A cultura da mídia**. Bauru: Edusc, 2001.

KIELING, Alexandre. **Reflexividade na TV: uma primeira reflexão de caráter semiótico in: Televisão: entre o mercado e a academia II**, organizados por Duarte, Elizabeth e Castro, Maria Lília D. Porto Alegre: Sulina, 2007.

LACALLE, C. **El lugar del espectador, análisis de Magazines televisivos**.

LASSWELL, Harold. In: COHN, Gabriel (org.). **Comunicação e indústria cultural**. São Paulo: Companhia Editora Nacional/EDUSP, 1971.

LAZARFELD, Paul; MERTON, Robert. In: COHN, Gabriel (org.). **Comunicação e indústria cultural**. São Paulo: Companhia Editora Nacional/EDUSP, 1971.

LECHTE, John. **Cinquenta pensadores contemporâneos essenciais: do Estruturalismo à Pós-modernidade**. Trad. de Fábio Fernandes. 2. ed. Rio de Janeiro: DIFEL, 2002.

LEMOS, André L. M. **Anjos interativos e retribalização do mundo: sobre interfaces digitais** (s.l., s.n.) 1997.

LÉVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática**. São Paulo: 34, 1993.

_____. **Que é o virtual?** São Paulo: 34, 1996.

_____. **A Inteligência Coletiva: por uma antropologia do ciberespaço.** São Paulo: Loyola, 1998.

_____. **Cibercultura.** São Paulo: Ed. 34, 1999.

LIMA JUNIOR, Walter Teixeira. **Modelo de negócio da TV Digital no Brasil pode abrir espaço para o IPTV**, In:Televisão Digital, desafios para a comunicação orgs. Sebastião Squirra e Yvana Fachine, COMPÓS 2009. Porto Alegre: Sulina, 2009.

LIPOVETSKY, G. **O império do efêmero; a moda e seu destino nas sociedades modernas.** São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

LIPPMANN, Andrew. **O arquiteto do futuro.** In: Meio & Mensagem, São Paulo, n. 792, 26 jan. 1998. Entrevista.

LLORENS, V. **Fundamentos tecnológicos de vídeo y televisión.** Barcelona: Paidós, 1995.

LOTMAN, I. **A estrutura do textoartístico** (trad. M.C.V. Raposo e A. Raposo). Lisboa:Estampa, 1978.

_____. **Acerca de la semiosfera** (trad. D. Navarro), Critérios, 1993:133-150.

_____.**Cérebro-texto-cultura-inteligência artificial** (trad.D. Navarro), Critérios, n 31, 1994: 207-23.

_____. **El texto en el texto** (trad. D. Navarro), Critérios, 1993: 117-132.

_____. **La semiosfera:l'asimmetria e il dialogo nelle strutture pensanti.** Veneza:Marsilio, 1985.

LUHMANN, Niklas. **A nova Teoria dos Sistemas (org. por Clarissa Eckert Baeta Neves e Eva Machado Barbosa Samioss).** Porto Alegre: Edit. Universidade/UFRGS, Goethe-Institut/ICBA, 1997.

LUHMANN, N. **La realidad de los medios de masas.** México: Universidad Iberoamericana, Anthropos, 2000.

_____. **A realidade dos meios de comunicação.** Tradução de Ciro Marcondes Filho. São Paulo:Paulos, 2005.

MACEDO, C.; FALCÃO, Ângela; ALMEIDA, Candido José Mendes. **TV ao vivo: depoimentos.** Brasília: Brasiliense, 1998.

MACLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem.** São Paulo: Cultrix, 1993.

MACHADO, A. **Máquina e imaginário.** São Paulo: Edusp, 1996.

_____. **A televisão levada a sério.** São Paulo: SENAC, 2000.

_____. **A arte do vídeo.** [reimpressão 1997]. São Paulo: Brasiliense, 1988.

MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa.** Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1987.

MANDER, J. **Os quatro argumentos para acabar com a televisão.** Lisboa: Antígona, 1999.

MARTIN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações.** 2. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2001.

_____. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia.** Rio de Janeiro. UFRJ, 1997

_____. **De la comunicación a la filosofía y viceversa: nuevos mapas, nuevos retos.** In: Mapas nocturnos: diálogos con la obra de Jesús Martín-Barbero. Bogotá: Siglo del Hombre Editores, Universidad Central, 1998. p. 201-221.

_____. **Razón técnica y razón política: espacios/tiempos no pensados.** In: Revista Latinoamericana de Ciencias de la comunicación, Año 1, N° 1ALAIC, Julio/Diciembre, 2004. p. 22-37.

MARX, Karl. **Contribuição para a crítica da economia política.** Lisboa: Edit. Estampa, 1977.

MATTELART, A. **La publicidad**. Barcelona: Paidós, 1991.

MATURANA, Humberto; e VARELA, Francisco. **A árvore do conhecimento**. Campinas:Editorial Psy, 1995.

MATURANA, Humberto. **A ontologia da realidade**. Belo Horizonte: Edit. da UFMG, 1999.

Mc COMBS, M; e SHAW, D. **The agenda-setting function of the mass media**. Oxford: Public Opinion Quartely, 1972

METZ, C. et al. **A análise das imagens**. Petrópolis: Vozes, 1983.

_____. **Language et cinema**. Paris: Albatros, 1977.

METZ, C. et al. **Essais sur la signification au cinema**. Paris: Klincksieck, (tomo I, 1968 e tomo II, 1972), 2003 .

MORAES, D. (org.). **Por uma outra comunicação**. Rio de Janeiro: Afiada, 2003.

MORIN, Edgar. **Le cinema au homme imaginaire**. Paris: Minuit, 1958.

_____. **Introdução ao pensamento complexo**. Instituto Piaget, Portugal, 1995.

MOTTA, Luiz Gonzaga. **Notícias do Fantástico**. São Leopoldo: Edit. Unisinos, 2006.

MOUILLAUD, Maurice e PORTO, Sergio Dayrell. **O jornal: da forma ao sentido**. Brasília: Paralelo, 1997.

O'DRISCOLL, Gerard. **Next generation IPTV Services and Technologies**. New Jersey: Wiley-Interscience, 2008.

OROZCO, G. (comp.). **Hablan los televidentes**. México: Universidad Iberoamericana, 1992.

_____. **Televisión y audiencias: un enfoque qualitativo**. Madrid: De la Torre, 1996.

PASOLINI, P. **Écrits sur le cinéma**. Presses universitaires de Lyon, « Petite bibliothèque des Cahiers du cinéma », N° 42, 1987.

PIAGET, Jean. **O desenvolvimento do pensamento: equilíbrio das estruturas cognitivas**. Lisboa: Dom Quixote, 1977.

_____. **Biologia e Conhecimento**. 2. Ed. São Paulo, SP: Vozes, 1996.

PRIGOGINE, Ilya; STENGERS, Isabelle. **Entre o tempo e a eternidade**. Lisboa: Gradiva, 1990.

_____. **A nova Aliança**. Brasília: UNB, 1984.

_____. **O fim das certezas**. Tempo, caos e as leis da natureza. São Paulo: UNESP, 1996.

PRIMO, Alex e CASSOL, Márcio B.F. **Explorando o conceito de interatividade: definições e taxonomias**. Acesso em <http://usr.psyco.ufrgs.br/~aprimo/pb/pgie.htm> (04/03/2008)

PRIMO, A. (1998). **Interação mútua e reativa: uma proposta de estudo**. In: Anais XXI CONGRESSO DA INTERCOM, 1998, Recife, PE.

RANCIÈRE, J. **Malaise dans l'esthétique**. Paris: Edition Galilée, 2005.

RECANATI, François. **Transparence ET énonciation**. Paris: Minit, 1981.

REISMAN, Richard R. **Rethinking interactive TV – I want my Coactive TV**. (s.i.) Teleshute Corporation, 2002. Disponível em: <http://www.teleshute.com/cotv/CotIntroWtPaper.htm>>.

REQUENA, J. G. **El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad**. Madrid: Cátedra, 1999.

RÜDGER, Francisco. **Ciência social crítica e pesquisa em comunicação; Trajetória histórica e elementos de epistemologia**. São Leopoldo: Edit. Unisinos, 2002.

SABORIT, J. **La imagen publicitaria em televisión**. 3. ed. Madrid: Catedra, 1994.

SARLE, J.R. **Sens et expression**. Paris: Minuit, 1982 (1915).

SARLO, B. **Cenas da vida pós-moderna; intelectuais, arte e vídeo-cultura na Argentina**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

SAUSSURE, Louis Ferdinand. **Curso de linguística geral**. São Paulo. Edit. Cultrix, 1972.

SCHRAMM, W. **The process and effects of mass communication**. Urbana: The University of Illinois Press, 1954.

SHANNON, C.; WEAVER, W. **The mathematical theory of communication**. Urbana: The University of Illinois Press, 1949.

SIGNATES, Luiz. **O sujeito da comunicação**. In: **Coletânea mídias e recepção/Compos**. São Leopoldo: PPGCC, Unisinos, 2000.

SILVERSTONE, R. **Televisión y vida cotidiana**. Londres: Routledge, 1994.

_____. **Por que estudar a mídia**. São Paulo: Loyola, 2002. p. 33-43.

SFEZ, L. **As Tecnologias do Espírito**, in F. M. Martins e J. M. da Silva, **Para navegar no século XXI: tecnologias do imaginário e cibercultura**. Segunda Edição. Porto Alegre: Sulina, 2000, pp. 119-136.

SOUZA, José Pedro. **Elementos de teoria e pesquisa de comunicação**. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2004.

SPIES, Virginie. **La television dans le miroir. Théorie, histoire et analyse des émissions réflexives**. Paris: Harmattan, 2004.

SUBIRATS, E. **A cultura como espetáculo**. São Paulo: Nobel, 1989.

TOUSSANT, J. P. **A televisão**. 34. ed. Rio de Janeiro: 1999.

TOFFLER, A. **A terceira onda**. Rio de Janeiro: Record, 1981.

TRAQUINA, Nelson (org.). **Jornalismo: questões, teorias e estórias**. Lisboa: Veja, 1999.

_____. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo: Unisinos, 2001.

VELÁZQUEZ, T. **Los políticos y la televisión: aportaciones de la teoría del discurso al diálogo televisivo**. Barcelona: Ariel, 1992.

VERNADSKY, Vladimir I. **The biosphere and the noosphere**. American Scientist nº 33, 1945 (P.1-12).

VERÓN, E. **La semiosis social**. Barcelona: Gedisa, 1997.

_____. **Semiosis de lo ideológico y del poder: la mediatización**. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires, 1997.

_____. **Fragmentos de um tecido**. São Leopoldo: Unisinos, 2004.

VILCHES, L. **La lectura de la imagen: prensa, cine, televisión**. Barcelona: Paidós, 1984.

VILCHES, L. **Manipulación de la información televisiva**. Barcelona: Paidós, 1995.

VILLAFANE, J. **Introducción a la teoría de la imagen**. Madrid: Pirámide, 2000.

VITTADINI, N. **Comunicar con los nuevos media, in G. Bettetini e F. Colombo Las Nuevas Tecnologías de la Comunicación**. Barcelona: Paidós, 1995, pp. 103-176.

ZUNZUNEGUI, S. **Pensar la imagen**. Madrid: Universidades del País Vasco, 1998.

Site Adnews disponível em <www.adnews.com.br>. Acesso em 10 de abril de 2009.

Site Revista Telaviva disponível em <www.telaviva.com.br>. Acesso em 28 de abril de 2009.

Site Convergência Digital disponível em <www.convergenciadigital.com.br> Acesso em 11 de maio de 2009.

Site Observatório da Imprensa disponível em <www.observatoriodaimprensa.com.br>. Acesso em 20 de maio de 2009.

Páginas do Fantástico - Disponíveis em:

<<http://fantastico.globo.com/Jornalismo/FANT/0,,MUL698637-15605,00.html>>. Acesso em 26 de fevereiro de 2009.

<<http://fantastico.globo.com/>>. Acesso em 15 de fevereiro de 2009.

<<http://fantastico.globo.com/Jornalismo/FANT/0,,MUL884203-15605,00.html>>. Acesso em 03 de março de 2009.

<<http://fantastico.globo.com/Jornalismo/FANT/0,,MUL1219501-15605,00.html>>. Acesso em 05 de março de 2009.

<<http://fantastico.globo.com/Jornalismo/FANT/0,,MUL1219501-15605,00.html>>. Acesso em 10 de março de 2009.

<<http://fantastico.globo.com/Jornalismo/FANT/0,,MUL1063845-15605,00.html>> Acesso em 20 de março de 2009.

<<http://fantastico.globo.com/Jornalismo/FANT/0,,MUL971491-15605,00.html>>. Acesso em 25 de março de 2009.

<<http://fantastico.globo.com/Jornalismo/FANT/0,,MUL922626-15605,00.html>>. Acesso em 02 de abril de 2009.

<<http://fantastico.globo.com/Jornalismo/FANT/0,,MUL914459-15605,00.html>>. Acesso em 15 de abril de 2009.

<<http://video.globo.com/Videos/Player/Noticias/0,,GIM922907-7823-CONHECA+OS+CAMPOES+DO+BOLA+CHEIA+E+BOLA+MURCHA+DE,00.html>>. Acesso em 16 de abril de 2009.

<<http://video.globo.com/Videos/Player/Entretenimento/0,,GIM1069095-7822-DIGUINHO+O+BOLA+CHEIA+GANHA+UMA+CHANCE+NO+SAO+PAULO,00.html>>.
Acesso em 03 de maio de 2009.

ANEXOS

1 Capa da Revista do Fantástico – 2006



2 Reportagem sobre a rotina do programa

SEMANA FANTÁSTICA

A caminho do ar

O clima, as imagens e os detalhes do dia-a-dia de uma edição do *Fantástico*: da discussão das pautas à luzinha que diz *on air*. Reportagens, espelhos, ilhas de edição, camarins

POR SÉRGIO RODRIGUES FOTOS KIKO FERRITE



3 Reunião de Pauta Fantástico

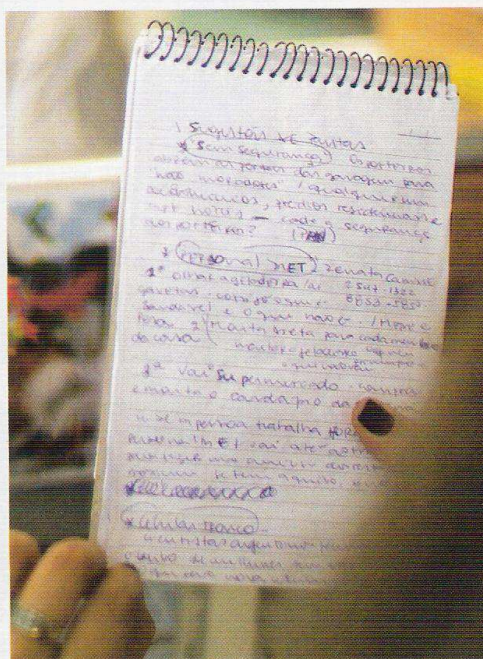
**TERÇA-FEIRA
É DIA DE PAUTA**

Sob a mediação
de Zeca Camargo,
as propostas e
discussões dos
prováveis assuntos
da semana se
sucodem.
Alguns emplacam.
Outros naufragam



4 Reportagem das rotinas comenta a reunião de pauta

SEMANA FANTÁSTICA



AS IDÉIAS ANOTADAS NO VELHO BLOQUINHO

A tecnologia pode ter avançado muito. Mas ainda não inventaram maneira melhor para armazenar pensamentos em meio a uma conversa

T

ERÇA-FEIRA, 31 DE OUTUBRO DE 2006. Numa sala ampla no 2º andar de um dos prédios da sede da TV Globo no Rio de Janeiro, com vista para o verde do Jardim Botânico, Zeca Camargo, apresentador e editor do *Fantástico*, cruza os pés sobre a mesa e reclina-se na cadeira. A sua volta, na redação apinhada, reina o burburinho. Zeca tem de projetar a voz – nada difícil para quem é hoje o apresentador mais freqüente do programa, em dupla com Glória Maria – para ser ouvido por todos. Conta que descobriu estar em cartaz em Oslo, capital da Noruega, uma exposição sobre “o mundo animal gay”. Será *Fantástico*?

O repórter Vinícius Dónola, ainda emocionado com o “vão de dorso” (de cabeça para baixo) que fez com a Esquadrilha da Fumaça na semana anterior, traz ao debate o caso de uma onça que invadiu um hospital em Mato Grosso do Sul. Circulam outras bizarrices: o aparelho celular que custa US\$ 1 milhão, a epidemia de suicídios numa cidade amazonense... De repente, o produtor e repórter Eduardo Faustini – que faturou um Prêmio Esso ao expor com uma microcâmera oculta a corrupção na prefeitura da cidade fluminense de São Gonçalo, em 2002 – põe na mesa um diminuto quadrado de papel. “É ácido”, informa. “Custa R\$ 30 e dá para quatro pessoas.” Que tal alertar os pais para mais essa possibilidade de exposição de seus filhos adolescentes a uma droga poderosa na noite das metrópoles brasileiras?

Parece uma grande confusão – e é. Está em curso mais uma reunião de pauta do *Fantástico*, fenômeno da televisão brasilei-

ra que, desde 5 de agosto de 1973, toma conta da audiência noites de domingo de tal forma que mantém cativa, segundo Ibope, uma faixa de público nunca muito distante de milhões de aparelhos ligados em todo o país das 20h30 às 23h. Cabe a Zeca, nos bastidores surpreendentemente infreqüente dessa instituição da TV brasileira, uma função que o espectador do programa nem imagina: atuar como pauteiro, o mediador do *brainstorm*, tentando dar ordem às idéias que se entrelaçam. Idéias que podem ir parar na telinha – ou desaparecer sem deixar qualquer vestígio. No fim das contas, só uma pequena parte delas vinga.

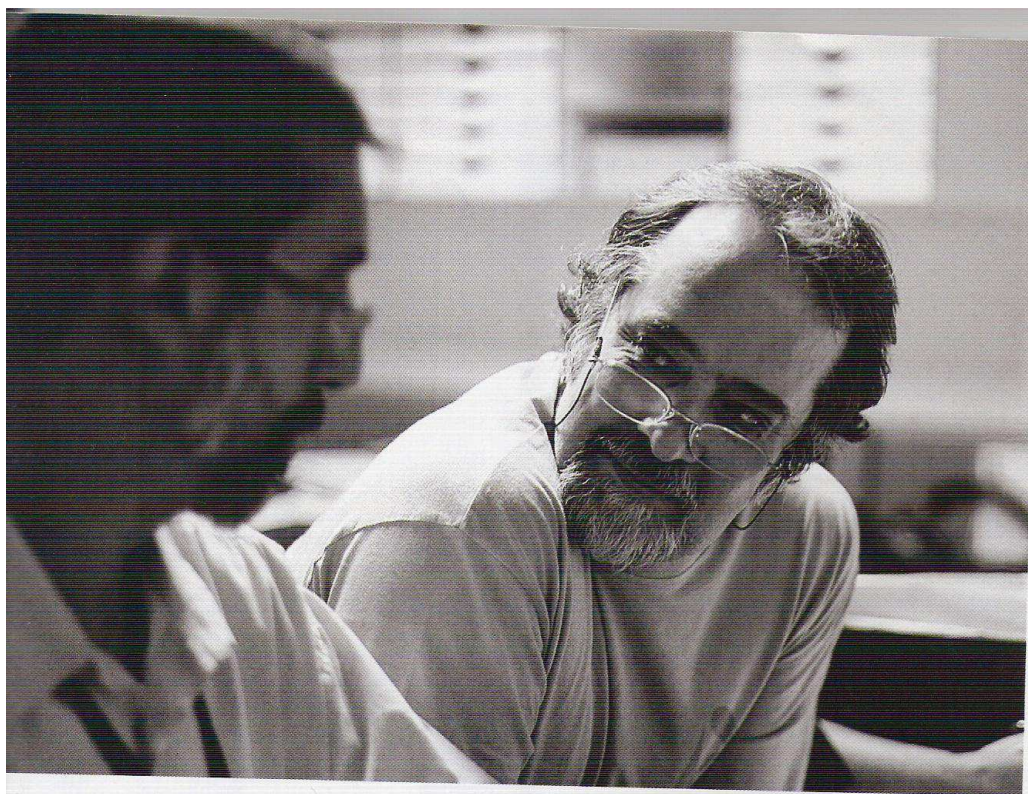
A

REUNIÃO começou às 11h30 e já se estende por mais de três horas. Diante do imperativo do almoço, começa a deixar a equipe indócil, humor é fundamental. Zeca sabe disso. “Já deram entrada no processo de renovação da Regina Casé?”, pergunta com ar sério.

Referindo-se ao emocionante desempenho da atriz ao entrar com as crianças da Favela Maria Degolada, em Porto Alegre, e não com o diretor-geral do programa. Luiz Nascimento, 45 anos, conserva a mesma sombra de sorriso zen que parecia abandonar seu rosto. Acompanha a reunião a certa distância, quase sem falar, como se quisesse se mostrar apenas modestamente interessado nos assuntos em desfile.

Explica-se. O que se desenrola diante dos olhos do apresentador, comandante do programa há 13 anos, não é exatamente o pontapé inicial do produto que irá ao ar no domingo seguinte. O *Fantástico* costuma ser chamado por ele de

5 Fotos da equipe de direção do programa

**O PRÓXIMO PASSO**

O verbo da vez: produzir. Transformar idéias em conteúdo. A ponte entre o diretor Luizinho (*acima com o editor Luiz Petry*) e o coordenador de produção Eduardo Salgueiro é vital nessa etapa



6 Dados sobre a estrutura

SEMANA FANTÁSTICA

pesado”, mas está mais para uma orquestra de múltiplos instrumentos. Alguns, como as séries apresentadas pelo médico Drauzio Varella, o físico Marcelo Gleiser e a professora de filosofia Viviane Mosé – com seus ciclos de produção e edição mais longos, planejados e detalhistas –, são tocados pela mesma equipe que agora está reunida, mas em esforços paralelos, correndo por fora das notícias da semana.

O UTRAS PEÇAS importantes do quebra-cabeça, como os quadros de Regina Casé e Denise Fraga, (*Minha Periferia* e *Retrato Falado*), já desembarcam prontas na mesa de Luizinho, vindas do núcleo de Guel Arraes, da Central Globo de Produção (CGP), responsável pela linha de shows da emissora. “Nos primeiros tempos, o *Fantástico* era uma mistura muito variada”, afirma Guel, que participa do programa há cinco anos. “Depois veio uma fase quase só jornalística e, agora, estamos aproximando novamente as centrais de Jornalismo e Produção, estreitando os laços. Quadros como o *Retrato Falado*, que combinam ficção e realidade, funcionam muito bem no programa.” Segundo Carlos Henrique Schroder, diretor-responsável da Central Globo de Jornalismo (CGJ), uma usina de conteúdo à disposição do *Fantástico*, “inquietação” é a palavra que melhor define o programa. “As inovações, como colocar autoridades em suas áreas (o médico Drauzio Varella e o físico Marcelo Gleiser, por exemplo) para falar diretamente com o público, têm sido a grande marca do programa

ao longo de toda a sua existência”, diz. O próprio tempo, segundo Schroder, vem se mostrando aliado desse formato. “O jornalismo da Globo como um todo, incluindo as afiliadas, funciona muito bem a linguagem do programa e que tipo de reportagem funcionam melhor para ele”.

O *Fantástico* cresceu, conta hoje com uma equipe fixa de 56 pessoas – 38 no Rio de Janeiro e 18 em São Paulo – e com um orçamento anual de R\$ 16 milhões. Sua fórmula, porém, é mais ou menos a de sempre: uma variada revista eletrônica dividida em sete blocos, com seis intervalos, num total de 42 “páginas” de conteúdo nesse ecletismo, o ex-diretor-geral José Itamar de Freitas, que esteve à frente do programa de 1977 a 1991, cunhou uma imagem para o programa: segundo ele, o *Fantástico* poderia abrigar até uma tele novela com um capítulo por semana, sem quebrar sua unidade. “É a fórmula fantástica”, diz Luizinho. Fazendo trocadilho, é claro.

Não é à toa que os ingredientes fundamentais nessa mistura de entretenimento e jornalismo se mantêm, com adaptações, há 33 anos. A estrada que o *Fantástico* tem atrás de si é longa e se percorre por quase 3.500 horas de programação. No Centro de Documentação da TV Globo, sob os cuidados de Rita Menezes, acumulam-se 49.422 arquivos do programa, entre reportagens editadas e fitas brutas. No entanto, assim como passou de fitas para diversos suportes tecnológicos – da heróica película dos primeiros tempos ao meio digital de hoje, com as fitas de vídeo U-matic e Betacam a meia estrada –, o *Fantástico* também teve várias fases do ponto de vista de sua concepção.

AGORA É PRA VALER!

O conteúdo do programa se constrói dentro e fora da redação. A porta de saída é um bom caminho. O material já produzido na casa, outro



7 Detalhes da história do programa

SEMANA FANTÁSTICA

O POVO NA RUA
O editor Dario Menezes (abaixo) faz uma boquinha no carro de reportagem, antes de gravar a entrevista com Marília Pêra (ao lado) no apartamento da atriz



Nos anos 70, em sua primeira infância, a CGP era a responsável final pelo programa. Cabia à Central Globo de Jornalismo (CGJ) preencher as lacunas entre shows musicais e de humor. Faz tempo que os papéis foram trocados, mas a idéia original de José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, o Boni, na época o superintendente da Globo, mostrou-se elástica o bastante para se moldar aos novos tempos. Concebido para atacar a popularidade de programas de auditório, como os de Flávio Cavalcanti e Silvio Santos, o *Fantástico* viu inverter-se aos poucos os pesos do entretenimento puro e da informação em seu mix. Desde os anos 80, é um programa da área de jornalismo que abriga contribuições da linha de shows. E, a partir de meados dos anos 90, quando Evandro Carlos de Andrade veio do jornal *O Globo* para

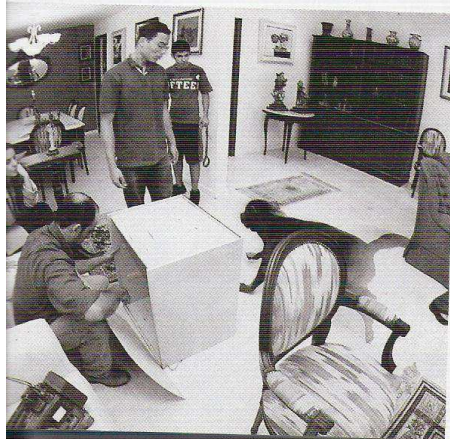
assumir a direção da CGJ, o jornalismo no *Fantástico* tornou-se cada vez mais freqüente e consistente.

AS BOMBÁSTICAS reportagens de Hélio Costa sobre avanços da medicina, a obsessão sensacionalista com fenômenos paranormais e discos voadores – quase o que marcou o *Fantástico* na primeira metade de sua vida – acabou sendo deixado de lado. “Foi uma decisão do público. Amadurecemos junto com ele”, diz Lélia Paniz, que passou os últimos sete anos na direção do programa e hoje cuida de projetos especiais. O diretor, Luizinho, menciona um marco dessa virada: a decisão de encomendar ao editor-executivo Luiz Petry, 15 anos depois, uma reportagem que desmascarasse as previsões que v

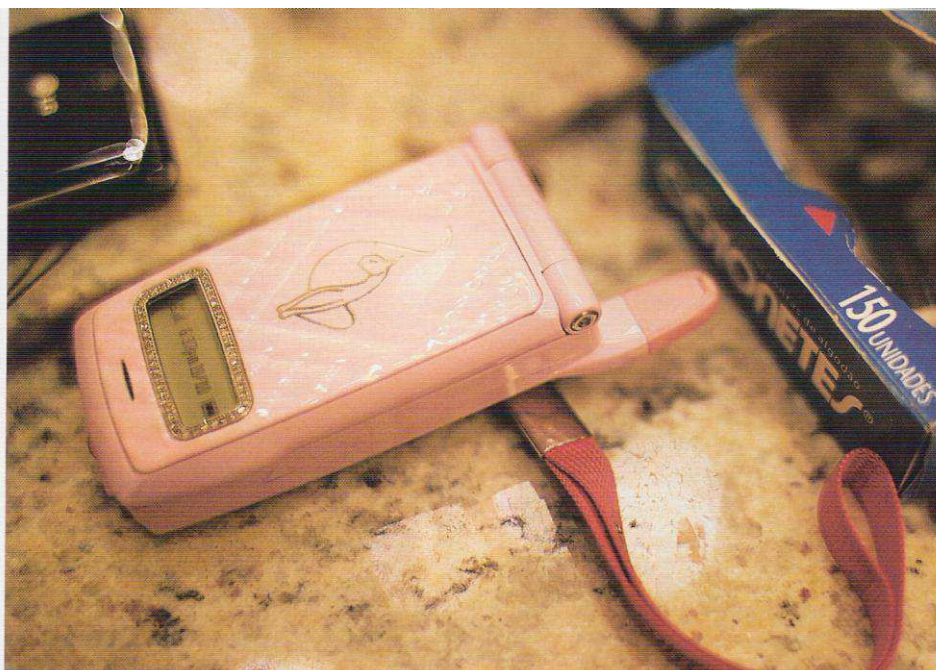
8 Fotos de uma externa de entrevista

**O LEQUE SE ABRE**

Enquanto Marília Pêra (*acima*) fala a uma equipe, duas outras produzem reportagens sobre mascotes (*abaixo, à esq.*) e a recém-eleita vereadora carioca Cristiane Brasil (*abaixo, à dir.*), adepta do consumo de GH, o hormônio do crescimento



9 Comentário sobre temas com a participação de especialistas



DETALHES TÃO PEQUENOS DE NÓS DOIS

Acima, o celular Swarovski pink de Glória Maria, em raro momento de repouso. Zeca veste-se junto ao armário que divide com Renata Ceribelli

de vários credos faziam no programa a cada Ano-Novo. "Eu estava em meu segundo ano aqui. Fomos ao arquivo dos anos anteriores e mostramos que nunca ninguém tinha acertado uma previsão. Acabou ali. Nunca mais", diz Luizinho.

AS PAUTAS MÉDICAS foram alvo de uma autocrítica semelhante. "Na medicina a gente pecou pelo radicalismo: de repente, não havia mais nenhuma reportagem", conta Luizinho. Quando voltou ao cardápio do programa, já no terceiro milênio, o tema saúde veio diferente, com o aval de Drauzio Varella. A idéia de escalar o médico foi de Geneton Moraes Neto, um dos chefes de redação do programa, mas no início o papel do autor de *Carandiru* era relativamente modesto: emprestar "cor local" a uma série sobre o corpo humano comprada da BBC. Hoje Drauzio é uma das maiores estrelas das séries do *Fantástico*, que a cada ano ficam mais numerosas, variadas e mais bem produzidas. "Estamos criando nossa própria linguagem", orgulha-se Luizinho. Casada com ele há 24 anos e de volta ao *Fantástico* desde 2004, vinda de uma experiência no *Big Brother Brasil*, Eugenia Moreyra, editora-executiva responsável pela coordenação das séries, vai mais longe: "O que nós fazemos hoje vai além do jornalismo".

Nem tudo, porém, é mudança. Léo Batista, 37 anos de TV Globo, ainda grava todo domingo a narração dos gols da rodada como sempre fez, desde que o primeiro *Fantástico* foi ao ar. O texto é lido às cegas, sem o apoio da imagem num monitor. No fim, tudo se



10 Referências do IBOPE de 2006

SEMANA FANTÁSTICA

A HORA DA VERDADE

Já maquiado, Zeca Camargo aguarda no estúdio o início do programa. Abaixo, Luizinho, no *switcher* (sala de comando), pilota a decolagem

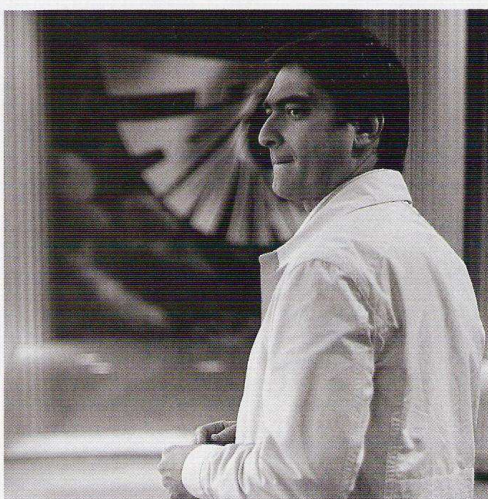
encaixa direitinho. “Não me peça para explicar. Eu faço e dá certo”, afirma Léio. Mas, sinal dos tempos, Luizinho explica que há anos os gols derrubam a audiência: “Quando a gente entra, quem gosta de futebol já viu tudo em outro lugar”. Eis a razão de os gols serem pulverizados ao longo dos blocos. Outra ponte com o passado é Cid Moreira, presente no *Fantástico* desde 1973, com cabelos compridos e envergando os inacreditáveis paletós xadrez da época. Hoje o apresentador raramente aparece na redação: mandou construir por conta própria um moderno estúdio de gravação em sua casa, na Barra da Tijuca. É de lá que, semanalmente, Cid envia para o programa, pela internet, seu vozeirão.

A REUNIÃO de pauta comandada por Zeca Camargo vai chegando ao fim. Dali sairão as idéias que o chefe de produção, Eduardo Salgueiro, o Cadu, 38 anos, vai distribuir entre os 13 produtores do programa – dez baseados no Rio, três em São Paulo. Nem todas terão como alvo o domingo seguinte: trabalhar com antecedência é uma atitude prudente. A corrida contra o relógio logo transforma a vida da produção numa gincana. “A popularidade do programa ajuda, mas também atrapalha”, explica Cadu, no *Fantástico* há 11 anos. “Tente, por exemplo, convencer uma família a dar entrevista sobre um tema como a virgindade do filho, sabendo que o Brasil inteiro vai ver na televisão.”

O trabalho da produção atinge seu ponto mais frenético entre quarta e sexta-feira. Então, com o primeiro “pré-espelho” do programa (que mostra a ordem de entrada dos quadros e reportagens) já preparado por Luizinho e aprovado com o diretor de jornalismo da Globo, Carlos Henrique Schroder, chega a vez dos cinco editores de texto e oito de imagem. São eles que embalam e dão acabamento às matérias. É freqüente que essa maratona inclua noites viradas e só termine depois que o *Fantástico* foi ao ar.

Domingo, 20h30. Hora de Zeca Camargo desempenhar o papel que o público conhece: no estúdio, ao lado de Glória Maria, ele permanece em pé contra o fundo verde chapado que a tecnologia digital cobrirá de imagens e texturas variadas antes de enviar o sinal para os televisores de todo o país. Na sala de controle, chamada *switcher*, Luiz Nascimento senta-se à frente do computador, diante de uma parede de monitores. Alguns deles, à direita, mostram o que vai ao ar nas emissoras concorrentes. A seu lado, uma tela exibe letras e números de ar enigmático que mudam a cada minuto. Coisas como “GL 35”, “SB 14” e “TT 73”.

Tradução: 35% dos aparelhos estão sintonizados na Globo, e 14% no SBT. O total de televisores ligados é de 73%. É a “espadinha” do Ibope, que capta a audiência paulistana por amostragem em tempo real. Ela mostra que tudo está como esperado. Só no bloco final do programa a subida nos números do programa enfim arrefece. Problema algum. Domingo que vem tem mais.



11 Imagens da sala de corte



12 Reportagem sobre o quadro *Retrato Falado*

SHOW DA VIDA | QUADROS

A menina do retrato

A atriz Denise Fraga revela como constrói as personagens do quadro *Retrato Falado*, que está no ar há oito anos e se transformou em livro

EM SEU OITAVO ANO DE *Retrato Falado*, série em que interpreta com bom humor histórias reais do universo feminino, a atriz carioca Denise Fraga chegou à seguinte conclusão: "Aprendi mais como mulher até que como atriz, com as artimanhas, o jogo de cintura, os truques delas para levar o dia-a-dia", diz. As "meninas do Retrato", como as chama, já são mais de 170 mulheres, todas de sotaques, idades e classes diferentes. A história de 30 dessas personagens da vida real e os bastidores da produção das tramas exibidas pelo quadro foram reunidas por Denise Fraga no livro *Retrato Falado - Histórias Fantásticas da Vida Real* (Editora Globo). Na entrevista abaixo, ela fala de sua relação com o quadro.

FANTÁSTICO Como você compõe as figuras do *Retrato Falado*?

DENISE FRAGA As entrevistas chegam de todo o Brasil. São fitas gravadas, de uma hora e meia, mais ou menos, onde as mulheres contam suas histórias em detalhes. Assisto a essa fita e, depois, recebo outra editada, com as partes que vão entrar no episódio. Gravo as falas da personagem em um gravador digital, na própria voz dela. Depois, estudo o roteiro com o vídeo na frente e, no dia em que vou gravar, fico ouvindo a voz dela para pegar o ritmo.

FANTÁSTICO Você faz uma imitação da personagem ou você cria outra?

DENISE O mais interessante é você ser intérprete, não imitador. O legal é não ser nem mais Irene (personagem da série), nem mais Denise. É ser Irene e Denise, uma terceira pessoa que o ator é capaz de criar.

FANTÁSTICO É diferente interpretar personagens reais e fictícios?

DENISE Em ficção, você fica mais livre para criar. No *Retrato Falado*, eu tenho de fazer uma coisa próxima daquela fonte inspiradora.

<< CERTOS TIPOS >>

AS DIFÍCEIS

"As personagens mais difíceis de interpretar são aquelas mulheres bem normais, que não têm um sotaque, que não têm nenhum jeito especial de falar. Uma pessoa sem uma característica muito marcante. Quando pego essas personagens, elas ficam muito próximas do que eu sou. Nesses casos, fica difícil sair de mim mesma."

AS MARCANTES

"São várias. O depoimento de muitas delas é uma lição de vida. A Terezinha Caminhoneira, por exemplo. Ela foi dirigir caminhão para deixar o serviço de dona de casa, que considerava chato e não

era remunerado. Hoje, ela diz que pode pagar pelo serviço doméstico, então uma pessoa recebe para fazê-lo. É uma sabedoria popular muito bacana. A violeira Helena Meirelles foi outra. São mulheres maravilhosas que a gente não esquece."

AS LIÇÕES

"Elas me deram um panorama enorme da mulher brasileira, suas artimanhas, seu jogo de cintura, o saber fazer, truques para levar as coisas do dia-a-dia. O que eu aprendi foi mais como mulher até do que como atriz. Essas meninas me ensinaram mais que trejeitos, mais que sotaques: elas me ensinaram muito do cotidiano da mulher da classe média brasileira."



HORA DO ENSAIO

Denise (acima) grava falas de personagens de *Retrato* em seu escritório, em São Paulo; acima, o livro que o quadro gerou

FOTOS: ROBERTA DABAG/REPRODUÇÃO EDITORA GLOBO



<< AS GRANDES HISTÓRIAS <<

NAÍSE, A FÃ DO REI

As loucuras da mulher que, durante 42 anos, perseguiu um abraço de Roberto Carlos. Naíse Canuto, de Maceió, Alagoas, era tão apaixonada pelo Brasa que os namorados desistiam da concorrência. Só se casou porque o pretendente também era fã do cantor e aceitou dividi-la com o Rei.



A VINGANÇA DA SAMBISTA

Dona Odete, de 77 anos, desfila na escola de samba Vai-Vai há 60. Até a adolescência, sambava escondida no banheiro, pois o pai a proibia de desfilir. Arrumou, então, outro "dono", casando-se com um dos foliões que passavam sambando em frente a sua casa.



ANTES TARDE QUE MAIS TARDE...

Irene passou 30 anos curtindo uma viuvez amargurada. Aos 60, conheceu o segundo marido. Depois de contar sua linda história, Denise entrou ao vivo no *Fantástico* direto da festa de bodas de prata de Irene e Hélio. Aos 88 anos, ela comemorava 25 de casamento.



DVD – Descrição do Quadro Você no Fantástico

- Material audiovisual, anexo