

A tecnologia e a transformação do dispositivo televisivo: produções sensórias no hibridismo realidade/ficção

Renata REZENDE¹

Resumo: O artigo ensaia a relação da transformação tecnológica do dispositivo televisivo, enquanto meio técnico e meio de comunicação, com o hibridismo das categorias narrativas de gêneros, que delimitam mundos marcados enquanto realidade e ficção, ampliando ainda o lugar do lúdico numa proposta de espaço *entre* tais delimitações. A partir do desenvolvimento de tecnologias de produção de imagem e som mais potentes e em plataformas multimídias mais interativas, verificamos a fusão desses mundos na televisão, que configuram novas possibilidades de recepção mais afetivas, pautada na potência do sensório.

Palavras-chave: Televisão; Tecnologia; Ficção; Realidade; Sensorialidade.

Resumen: El artículo desarrolla la relación en transformación tecnológica de televisión, mientras la técnica y lo medio de comunicación, con la hibridación de las categorías de géneros narrativos, que definen mundos marcados como realidad y ficción, en expansión de “lúdico” como propuesta de un espacio entre estos límites. Con el desarrollo de tecnologías de producción de imagen y de sonido más potentes y en las plataformas multimedia más interactivas, se observa la fusión de estos mundos en

la televisión, que conforman las nuevas posibilidades de una recepción más afectiva, basada en el poder sensorio.

Palabras clave: Televisión; Tecnología; Ficción; Realidad; Sensorialidad.

Do grego *tele*, longe, e do latim *visione*, visão, formou-se o vocábulo para designar o sistema eletrônico de recepção de imagens e de sons responsável por transmitir informação a milhares de pessoas: a televisão. Esse dispositivo de comunicação cuja estrutura narrativa ancora-se no hibridismo principal de texto e imagem, vem se transformando desde sua invenção, datada, no Brasil, nos anos 1950. Marcada, inicialmente, pelo seu desenvolvimento quase “amador”, pela novidade da tecnologia e pela falta de experiência dos profissionais envolvidos na produção de seu conteúdo, a televisão brasileira continua se recriando enquanto linguagem, a partir de diferentes usos que comportam múltiplos discursos e práticas variáveis.

A transformação tecnológica impressa ao longo da história da TV permitiu uma série de mudanças nas características do dispositivo que, aos poucos, alteraram não apenas o modo de produção dos conteúdos televisivos, mas também, e talvez principalmente, sua linguagem.

Enquanto dispositivo, o primeiro conceito de televisão se relaciona a uma técnica de produção de imagem em movimento e som, veiculados instantaneamente à distância. Tais características condicionaram o meio televisivo à medida de suas transformações: se nos primórdios da TV a baixa qualidade das imagens dificultava a composição de planos mais abertos ou mais elaborados, permitindo apenas enquadramentos mais simples, também o tamanho das telas, a limitação de cor, a falta de recursos apropriados de captação de som, entre outros, configuraram um trabalho mais comedido no que diz respeito à sua elaboração narrativa.

Com o desenvolvimento tecnológico, a imagem ganhou em precisão e recursos de criação e montagem. Os aparelhos televisores domésticos, hoje, possuem variados modelos e opções de tela, que vão desde as enormes telas de LED às portáteis telas dos celulares, possibilitando, nesse sentido, o avanço na formatação de seus

¹ Professora Adjunta do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal Fluminense (UFF). Doutora em Comunicação pela UFF. Mestre em Comunicação e Imagem pela mesma instituição. Pesquisadora do grupo Sociedade Midiatizada e Práticas Comunicacionais Contemporâneas. Jornalista, trabalhou por mais de 7 anos na Rede Gazeta/Rede Globo de Vitória (ES). renatarezender@yahoo.com.br.

produtos (conteúdos). “A televisão trabalha hoje com padrões sofisticados, e superou há muito a mera transmissão de imagens do mundo” (FRANÇA, 2006, p. 19).

As transformações tecnológicas do dispositivo permitiram inúmeras reconfigurações desde a fabricação de imagens em um mundo próprio do suporte, que contempla diversas plataformas, como a criação de cenários, formas, movimentos, enquadramentos, aos recursos multimídia, dependendo de seus processos e agentes criativos e inusitados.

Podemos falar hoje em uma televisão mais sensorial, não apenas pelas configurações táteis, marcadas com mais destaque a partir do controle remoto enquanto recurso técnico, que possibilitou a criação do *zapping*,² até os serviços interativos da TV Digital, mas os próprios ritmos, as junções temporais e temáticas, a costura narrativa, que doaram à televisão um movimento novo em sua linguagem, transformando suas práticas comunicativas e explorando cada vez mais os traços que a caracterizam.

Entre as características que destacamos estão sua linguagem visual (cujo predomínio é icônico, operando desta forma uma relação de semelhança com o mundo); sua instantaneidade e seu caráter massivo; sua fragmentação e diversidade; sua natureza industrial e mercadológica; sua inscrição no senso comum; seu caráter institucional. Tais traços marcam determinado enquadramento televisivo, bem como sua interação com o público e sua dinâmica no cotidiano social, mas vamos explorar, com mais ênfase em nossa análise, as relações entre sensorialidade, hibridismo entre os lugares de ficção e de realidade e o caráter lúdico e de entretenimento, que conferem à televisão um novo *modus operandi* na contemporaneidade midiática.

No cenário da convergência³ dos meios de comunicação, na qual vigora uma cultura cada vez mais participativa, acreditamos que o dispositivo televisivo,

2 Termo inglês que significa ação de controlar o conteúdo a partir da mudança de canais. O *zapping* segundo França (2006; p.20) acrescentou a seleção e uma nova montagem do lado da recepção, na medida em que permitiu o espectador alterar o canal, segundo seu desejo, com maior rapidez, pulando, inclusive os intervalos comerciais.

3 Consideramos o sentido de convergência a partir de Jenkins (2009, p.29) que afirma o conceito segundo o fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação que estão sempre em busca das experiências de entretenimento que desejam.

entre as chamadas mídias tradicionais⁴, é o que melhor tem explorado as novas possibilidades do ambiente multimídia. Acreditamos que a televisão do presente, que se desenvolve nessa imersão de tecnologia e de plataformas digitais, potencializará os procedimentos já existentes, tornando-se ainda mais televisão, ao contrário do que alguns autores acreditam, principalmente levando em conta a abrangência e a mobilização que esse meio de comunicação tem no Brasil⁵.

O contexto de convergência tecnológica no dispositivo televisivo representa uma transformação cultural, à medida também de sua recepção, pois os consumidores são incentivados a procurarem novas informações e conexões. Para Jenkins (2009), a convergência não ocorre por meio dos aparelhos, mas dentro dos cérebros dos consumidores individuais e em suas interações sociais. “Cada um constrói a própria mitologia pessoal, a partir de pedaços e fragmentos de informações extraídos do fluxo midiático e transformados em recursos através dos quais compreendemos nossa vida cotidiana” (JENKINS, 2009, p.30).

Jenkins aposta no que ele denomina por *narrativa transmidiática*, que se refere a uma nova estética da qual nascem novas exigências dos consumidores, de acordo com a participação ativa em comunidades de conhecimento. Com a finalidade de viver uma experiência plena num universo ficcional, os consumidores assumem papéis de “caçadores”, colecionando pedaços da narrativa por diferentes canais, comparando suas observações com as dos demais usuários em grupos de discussões, fóruns *on line* e colaborando para assegurar que todos invistam

4 Por mídias tradicionais entendemos, como Cardoso (2007), as mídias anteriores ao advento de plataformas/meios múltiplos, como o cinema, o jornal impresso, a rádio, a televisão, a revista, entre outros.

5 De acordo com o Censo do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em 2010, o percentual de domicílios brasileiros com televisão era de 97%. Ver mais *in*: <http://www.ibge.gov.br/home/>. Acesso em 20/03/2012.

6 Vale marcar que Jenkins (2009, p.167) refere-se ao modelo *transmídia* ligado às grandes mudanças no modo como a indústria americana encara seus consumidores, promovendo uma distância do modelo baseado em “hora marcada”, quando os telespectadores se preparam para receber determinado conteúdo, de acordo com a grade televisiva, para um paradigma da televisão com base no envolvimento do telespectador, ou seja, mais interativo. Temos a consciência de que o modelo brasileiro é diferente do americano sob vários aspectos, apesar da influência do mesmo em toda história do dispositivo, mas consideramos importante destacar as possibilidades de novas narrativas do dispositivo.

tempo e energia em prol de uma experiência de entretenimento mais imersiva.

Nesse sentido, trata-se de reconhecer a potência da ilusão, na emoção e na imaginação, compatíveis com as novas possibilidades de uso da tecnologia interativa que na televisão digital, realiza-se por meio da interatividade, da convergência e dos novos modelos de negócio.

A televisão trabalha na interface entre a narrativa e o jogo. O jogo se instaura na relação entre a identificação, a projeção e o espelho⁷, conceitos para se entender a especificidade da TV e sua relação com o público. Segundo Cannito (2010, p.46), “ao tratar de jogo, devemos discutir não a obra pronta e estática, mas o formato de interação”. O jogo existe entre o enunciador e o espectador e, nesse sentido, o público reage ao que experimenta. Trata-se de uma criação narrativa e sua interação dependerá da organização de seu enredo e de seus links, ou seja, a interatividade vai depender dos processos comunicativos que os emissores propõem aos espectadores.

Na história da televisão, essa interação sempre esteve associada aos formatos, que vêm e vão, segundo o projeto discursivo de cada emissora, mas também por meio das possibilidades técnicas permitidas pelo suporte. “A herança interativa e lúdica é uma das premissas da linguagem televisiva- da brincadeira entre o real e o fictício, passando pelo jogo, no qual o telespectador se enxerga naquilo que assiste na televisão” (CANNITO, 2010, p. 48).

Notamos que à medida que as possibilidades de produção e manipulação de imagens e sons se desenvolvem não apenas em termos técnicos (com o uso de câmeras que geram imagens com melhor resolução e ilhas de edição que proporcionam inúmeros efeitos) mas também estéticos, há um investimento em narrativas audiovisuais cada vez mais sensórias, na tentativa de conduzir o espectador para dentro do mundo-tela.

“Dentro da fusão progressiva da vida com a tecnologia, torna-se também muito evidente a hibridização da *techné* com a *aisthesis*, com riscos paralelos de conver-

7 Identificação refere-se à forma como o espectador se reconhece na narrativa; projeção é como ele se imagina dentro dela, ou seja, como se projeta naquele enredo, ainda que não seja por reconhecimento e espelho é quando ele acredita que o discurso ali produzido reflete a realidade vivida por ele fora da tela. Ver mais sobre *in*: AUMONT, Jacques. **A imagem**. SP: Papirus, 1993 e MACHADO, Arlindo. **O sujeito na tela: modos de enunciação no cinema e no ciberespaço**. SP: Paulus, 2007.

ção de toda a vida em emoção controlável” (SODRÉ, 2006, p.13).

Imersos num mundo em que as imagens exercem, segundo Sodré, um poder inédito sobre os corpos e os espíritos, há uma inquietação com o mistério da realidade sensível de todos os signos imagéticos e sonoros que administram o afeto coletivo e também nossas emoções.

Em nossa perspectiva, a televisão, enquanto dispositivo ancorado nesses signos possui potência considerável para ampliar a dimensão do sensível e do afeto, para além dos usos já trabalhados. Para tanto, consideramos toda a possibilidade de uma configuração perceptiva e cada vez mais afetiva que recobre um novo modo de produção atento não apenas ao desenvolvimento tecnológico de manipulação e fabricação de imagens, mas ainda os processos de codificação e decodificação por parte dos telespectadores.

A TV que fala ao corpo

Baseado na biotecnologia, Kerckhove (2009) criou o termo *psicotecnologia* para entender a condição psicológica das pessoas que vivem sob a influência da inovação tecnológica. No caso da televisão, o autor afirma que enquanto esse dispositivo geralmente é visto “apenas como um difusor unilateral de materiais audiovisuais poderia ser útil para os psicólogos verem-na como uma extensão dos nossos olhos e ouvidos até os locais de produção das imagens” (2009; p. 23). A compreensão da TV por esse prisma, segundo Kerckhove, torna nossa imaginação projetada para fora de nosso corpo, muito na medida em que o espectador torna-se uma espécie de vítima de uma força externa da rapidez da montagem audiovisual.

[...] quando vemos TV são os elétrons explorando a superfície do cinescópio que nos “lêem”. As nossas retinas são o objeto direto do feixe de elétrons. Quando essa exploração se cruza com o olhar e estabelece contato visual entre homem e máquina, o olhar da máquina é mais poderoso. Em frente à tela da televisão as nossas defesas estão em baixa; somos vulneráveis e suscetíveis à sedução multisensorial (KERCKHOVE, 2009, p.32).

Para Kerckhove, a televisão permite uma rápida manipulação de nossas reações neurofisiológicas, na medida em que nosso sistema de sentido está presente muito além da edição de imagens. A rapidez, a continuidade de tais estímulos são tão poderosos que, segundo ele, há uma modulação magnética de nossa sensibilidade: “sons, cores e formas da TV são as expressões sensoriais da nossa sensibilidade coletiva”(2009, p.35), conjunto esse que configura a dimensão tátil do dispositivo.

Enquanto meio de comunicação, a televisão possui configurações técnicas específicas e obedece a uma lógica que se realiza dentro de uma prática de produção, de programação e de recepção, numa cadeia quase sempre cíclica, conduzida pela noção de formato. Entendemos o formato pela noção de *em-formar*, “como a origem de um processo de engendramento de emissões em que a conformidade é o desafio” (Chambat-Houillon, 2007, p.143). O formato conforma a representação audiovisual por meio do conceito de emissão, na medida em que permite fixar determinado sentido sob um regime de visibilidade, ou seja, é uma interface, um instrumento que padroniza e normatiza os programas televisuais. Desta forma, por suposto, tem relação intrínseca não apenas com etapa de sua construção (produção de sua forma, conseqüentemente preenchida por seu conteúdo), mas também com as etapas de programação e de recepção, pois além do formato estabilizar um determinado número de elementos estruturais para a serialização de uma emissão, serve também para distinguir os telespectadores, como afirma Bourdieu (1997).

Enquanto o formato registra a produção televisiva, a emissão é uma execução das propriedades prescritas. Para Chambat-Houillon (2007, p.148), o formato é “sobretudo um instrumento profissional essencialmente da ordem da produção; de outro, a emissão é, antes de tudo, uma unidade espectral, isto é, o que o público vê”. Às vezes um mesmo formato pode operar como modelo ou às vezes como matriz, segundo os usos de acordo com suas versões. Nesse contexto, os gêneros funcionam como estratégias de comunicabilidade, atuando como marcas dessa comunicação presentes no texto televisivo. Os gêneros são, nesse sentido, categorias discursivas e culturais que se manifestam sob os formatos.

Existe um jogo essencial na dinâmica da produção televisiva, a de contrato ou promessa que começa quando o produto televisivo é anunciado ao espectador

e ele corresponde ao jogo assistindo ao produto (programa) e confirmando se o contrato foi quebrado ou se o mesmo corresponde ao que lhe foi prometido. Para Cannito (2010), a criatividade dos autores televisivos está em manter esse jogo, por meio do interesse do público e, para isso, segundo o autor, deve-se ir além das promessas, surpreendendo o espectador com a alternância entre dois extremos: a manutenção do gênero, para provocar primeiramente a aderência do público, e diferença dentro do formato, para fazer o público elegê-lo por seu diferencial entre os demais.

Nesse contexto, o gênero torna-se o dispositivo que ajuda a televisão a configurar a expectativa do receptor, assim como colocar à disposição dele uma configuração das múltiplas realidades oferecidas pela TV. Como na contemporaneidade da sociedade midiática, também chamada de sociedade da imagem, a TV opera com referências não apenas ao sentido da visão e da audição, mas também aos padrões mentais articulados às modalidades sensoriais, a produção televisiva, por meio da mistura de gêneros, promove emissões cada vez mais sinestésicas, num convite à total imersão do corpo/mente na narrativa.

A Produção de Sentidos Híbridos

Ainda que as noções de gêneros e formatos tenham pouca relação com a noção literária de gênero enquanto propriedade de um texto, Jost (2001) afirma que tais elementos estabelecem algumas regularidades como promessas, despertando o interesse do telespectador. Segundo Jost (2001), o conceito de mundo pode atuar como o fundamento de uma classificação racional dos gêneros e formatos televisuais. Para o autor, o primeiro interpretante das imagens é o mundo real, ou seja, para o telespectador, o primeiro reflexo é tentar determinar se as imagens falam do “mundo real” ou não, e, nessa relação, quais idéias pertencem a esse mundo, variando segundo alguns aspectos, entre eles, aspectos culturais e socioeconômicos.

Nessa perspectiva, a ficção seria, então, a categoria que se oporia à realidade, permitindo ao telespectador considerar um acontecimento contextualizado num mundo fictício como coerente, na medida em que o mesmo está pronto para aceitar os fatos nos quais não há necessidade de crença, o que geralmente não ocorre

no “mundo real”. Duas referências de mundo estariam estabelecidas, o “mundo real” e o “mundo mental” que delimitariam certo enquadramento, sobretudo na narrativa televisiva.

Para Jost (2007, p.63) a diferença entre realidade e ficção é que enquanto o discurso da primeira é produzido por um *eu-origem real*, a segunda está ancorada em um *eu-origem fictício*, “um narrador que não se identifica como o autor, ou um ator que, enquanto tal, fala a outro título que não o da pessoa real”. Nos dois casos, no entanto, afirma Duarte (2007), os signos aí produzidos visam a uma idéia de transparência, principalmente na produção de imagens e sons. É nesse sentido que a autora afirma ser preciso agregar um terceiro mundo, o lúdico, no qual os atos, os gestos e as imagens fazem referências também aos próprios processos que o organiza: trata-se de mundo auto-reflexivo, ou seja, ao fazer referência à realidade, se remete a si próprio.

O mundo lúdico seria, dessa forma, uma categoria que supõe o respeito às regras, embora encontre algumas vezes seu fundamento no mundo real, sendo, portanto, intermediário entre o mundo da ficção, do qual ele retira as regras, e o mundo real, o que liga, de maneira diversa, o jogador ao mundo do jogo (DUARTE, 2007, p.10).

A onipresença da TV no cotidiano desenvolveu seu caráter lúdico, ampliando sua função de entretenimento. Como possibilidade de lazer e escape da realidade, essa característica inscreve o dispositivo no campo do que denominamos, a partir de Sodré (2006), *estratégias sensíveis*. Tais estratégias são os jogos de vincula o dos atos discursivos às rela o de localiza o e afeta o dos sujeitos no interior da linguagem, considerando que “na rela o comunicativa, além da informa o veiculada pelo enunciado, portanto, além do que se d  a conhecer, há o que se d  a reconhecer como rela o entre duas subjetividades” (SODRÉ, 2006, p.10). As experiências sensíveis, afirma Sodré, podem ser guiadas por estratégias espontâneas de ajustamento e contato nas situa o de interatividade, mas inclui o indivíduo numa esfera do afeto.

Com o desenvolvimento de tecnologias cada vez mais sensórias, a televisão se apropria ainda mais desse “mundo lúdico”, configurando o hibridismo entre realidade e fic o e possibilitando, nesse sentido, uma imer-

são ampliada dos espectadores   afeta o da experiência pela tecnologia, - marca do tempo contemporâneo onde as imagens configuram um mundo-tela e fazem emergir novas possibilidades de organiza o de produ o televisiva.

Ainda segundo Sodré (2002), o processo de media o passou a implicar uma qualifica o particular da vida, um novo modo de presença do sujeito no mundo, em que o próprio indivíduo tende a se converter em realidade midiática, tornando-se imagem e *medium* e investindo em uma imersão virtual na esfera significativa das regras do jogo da visibilidade pública vigentes na contemporaneidade. No que se refere   produ o televisiva, particularmente, isso começa a ser notado a partir da fusão de g neros, antes identificados segundo delimita o marcadas, por exemplo, nos modelos que comportam narrativas baseadas no “mundo real” e no “mundo ficcional”. Podemos traduzir aqui como exemplos o telejornalismo, que opera com recorte sobre a realidade, e a telenovela, que opera no campo da fic o.

O desenvolvimento de tecnologias de produ o de imagens cada vez mais avançadas vem configurando hibridismos não apenas na produ o dos conteúdos televisivos, mas na apropria o por parte da recep o que, muitas vezes, não percebendo onde começa um gênero e termina o outro, configura a narrativa como pertencente a determinado mundo, ora da realidade, ora da fic o. Em termos de produ o, podemos citar o formato *Reality Show*, por exemplo, o *Big Brother*, que no Brasil, particularmente,   desenvolvido por equipes de produ o e de jornalismo da emissora responsável pela circula o do programa, a Rede Globo, indicando, desde sua produ o a mistura entre realidade, de certa forma imposta pelo próprio conceito do formato e ainda pela presença de um jornalista como apresentador do programa, mas também da fic o, a partir de toda edi o e montagem do conteúdo que, inclusive, faz referência às telenovelas, utilizando alguns elementos estruturais da mesma.

Por parte da apropria o da recep o, podemos citar exemplos contidos dentro de uma mesma linguagem, como quando um telejornal utiliza em matérias de violência imagens de câmeras de vigilância das ruas - cedidas pela polícia ou pela prefeitura de alguma cidade -, misturando   narrativa flagrantes a partir de imagens de dispositivos outros que geram uma confusão est tica, fazendo com que o espectador oscile entre contextos

do “mundo real” e do “mundo mental”. Essa confusão dá-se ainda em programas que misturam depoimentos reais às dramatizações, como era o caso do extinto *Linha Direta*⁸ (TV Globo). Tais contextos também podem ser inseridos em programas de entretenimento, quando os mesmos utilizam recortes do real inseridos na ficção: é o caso das novelas que realizam o chamado *merchandising social*⁹, promovendo aparições de depoimentos reais dentro de enredos ficcionais ou ainda os chamados *testemunhos*, utilizados ao final de cada capítulo em algumas telenovelas para endossar o limiar entre realidade e ficção.

A narrativa híbrida é uma característica do novo sistema de comunicação baseado na integração em rede digitalizada de múltiplos modos, ou seja, a capacidade de incluir e abranger diferentes expressões culturais. Em razão de sua diversidade, o sistema é capaz de abarcar múltiplas formas de expressão, bem como a variedade de interesses, valores, imaginações e conflitos, ainda que a adaptação à sua lógica inclua linguagem, codificação e decodificação próprias (CASTELLS, 1999).

Esse processo resulta em uma mediação tecnológica exacerbada, na medida em que os sujeitos são solicitados a viverem no interior de ambientes tecnocomunicacionais, onde a interatividade e a conectividade são permanentes e a mídia torna-se espaço autônomo e privilegiado por atuar diretamente na construção do real. Fatos e coisas passam a ser reapresentados a partir de um tempo vivo e a simulação torna-se uma representação apresentativa.

Na narrativa televisiva, em particular, isso se dá mais efetivamente pela característica própria do meio,

8 Programa da Rede Globo que se dedicava a apresentar crimes que aconteceram no Brasil e cujos autores estariam foragidos. Ficou no ar de 1999 a 2008. A produção do programa era constituída também pelo núcleo de produção (dramaturgia) mesmo o programa estando inserido na grade de jornalismo, o que dificulta sua inserção em um gênero específico, na medida em que promove a fronteira tênue entre ficção e realidade. Ver mais *in*: Memória Globo. Disponível em: <http://memoriaglobo.globo.com/Memoriaglobo/0,27723,GYN0-5273-238204,00.html>. Acesso em março de 2012.

9 O *merchandising social* é a inserção de temas de responsabilidade social distribuídos nos enredos das telenovelas, não envolvendo custos. Alguns autores acreditam que seu uso é uma forma de induzir as pessoas a continuar assistindo as novelas, garantindo maior credibilidade ao que vêem, buscando convencê-los de que as empresas, através das ações sociais embutidas em tais narrativas, participam do contexto da sociedade. Ver mais *in*: TRINDADE, E. **Merchandising em telenovela: a estrutura de um discurso para o consumo**. Disponível em: <http://www.potal.rp.com.br/bibliotecavirtual.publicidadeepropaganda>. Acesso em: agosto de 2005.

ancorada na imagem e no som que, a partir de diferentes usos estendem as possibilidades sensoriais, ao mesmo tempo em que promovem a visibilidade dos sujeitos configurados naquela plataforma. Para Duarte (2007), a tevê, enquanto instrumento prodigioso que é, “converte o mundo em fatos imediatamente acessíveis ao cotidiano planetário; mas, ao fazer isso, ela não só pauta o que é realidade, como reduz, como não poderia deixar de ser, o real ao discurso [...]” (DUARTE, 2007, p.10).

Duarte afirma ainda que o objeto de discussão não é tanto o real, mas os discursos¹⁰ que a televisão produz sobre a realidade, não apenas porque estende os sentidos pela própria função de experimentação e tampouco pela capacidade de manipulação de conteúdo, mas principalmente, segundo a autora, pela força de constituição de geração de realidades cujo caráter é discursivo (2007, p.11).

A potência da televisão em todos os seus usos revela-se em seu caráter de mediação tecnológica, porque em qualquer que seja o produto televisivo ele se apresenta enquanto recorte: “é o que fica enquadrado, é o movimento das câmeras, o trabalho de edição e sonoplastia que determinam o que e como vai ser mostrado” (DUARTE, 2007, p.11), nesse contexto forma-se uma construção de linguagens, não mais ao real, mas a uma realidade discursiva.

Pela história do próprio dispositivo televisivo, quando um gênero é denominado de informativo¹¹, damos a ele uma vertente de factualidade e/ou de verdade, compreendendo a característica da tele-realidade (ECO, 1984). Mas como compreender a realidade televisiva se hoje, a produção de imagens deixou de ser um efeito de

10 A partir do raciocínio de Bakhtin (1997), entendemos discurso enquanto fala social – conformada segundo as especificidades dos grupos sociais. Os discursos traduzem um posicionamento social, ou seja, contemplam a relação com o outro, a estratégias, a ideologia de determinado grupo. O discurso constitui o produto da interação entre locutor e ouvinte, o que não significa que esteja pronto em determinado lugar, mas que são construídos nas práticas cotidianas, nas relações de co-presença. Assim, consideramos que o dispositivo televisivo acolhe múltiplos discursos, segundo suas transformações históricas, ancoradas em tempos e espaços específicos.

11 Por gêneros informativos, podemos citar os telejornais, grandes reportagens, documentários, entrevistas, revistas eletrônicas, entre outros. Ver mais *in*: DUARTE, Elizabeth; CASTRO, Maria Lília Dias. (orgs.) **Comunicação Audiovisual: gêneros e formatos**. Porto Alegre, Sulina, 2007.

duplicação e representação, para tornar-se um processo de construção e simulação?

As novas imagens tornam-se objetos de uma contínua reorganização, na qual uma nova imagem pode nascer de qualquer ponto da imagem precedente (Deleuze, 1990). Desta forma, precisamos considerar que as narrativas televisuais pertencem a uma construção discursiva fragmentada, configurada a partir de diferentes fontes e referências, segundo determinadas crenças. Destaca-se ainda que, cada vez mais, tais narrativas parecem impulsionar o telespectador não apenas pela intenção de marcar especificidades de gênero, quer seja pela realidade, quer seja pela ficção, mas a fim de levá-lo ao interior do próprio mundo televisivo, conectando-o à sua narrativa em processos e circunstâncias cada vez mais afetivas.

O conteúdo televisivo é compreendido como um fazer-saber, segundo Duarte (2007), oposto ao fazer persuasivo-interpretativo que modaliza a narrativa televisiva, a partir de seus enquadramentos. Nesse contexto, a informação, sob qualquer forma, pertenceria à matéria dos atos comunicativos.

A televisão, hoje, desenvolve seus próprios percursos de acesso à realidade a partir de ordens diversas. Para Duarte (2007), tais ordens materializam os produtos televisivos e constituem os gêneros, podendo ser denominadas de meta-realidade; supra-realidade e pára-realidade.

A meta-realidade, segundo a autora representa o tipo de realidade discursiva, veiculada pela televisão enquanto uma referência direta do mundo, ou seja, o propósito aqui estaria comprometido com a verdade e a fidelidade dos acontecimentos revelados, bem como com os atores envolvidos. Nessa categoria estariam relacionados produtos como telejornais, entrevistas, grandes reportagens, gêneros pautados na informação. Os recursos de transmissões ao vivo, edições quase sem cortes, determinados enquadramentos e até normas de postura dos apresentadores são marcas da televisão que sempre funcionaram como garantia para esse tipo de realidade.

Já a supra-realidade, ainda de acordo com Duarte (2007), conformaria o tipo de realidade transmitida pela televisão, mas sem compromisso direto com o mundo exterior, constituindo-se nos produtos do mundo da ficção cuja base é a verossimilhança, ainda que a pauta tenha suas leis próprias. Os produtos aqui concentra-

dos são as telenovelas, os seriados, mas minisséries, etc. O propósito desse discurso é construir determinada realidade, mas não se submeter ao confronto com o real enquanto “mundo natural”.

Por fim a pára-realidade, segundo Duarte (2007), é o que se propõe como um novo tipo de realidade que não tem como referência o mundo exterior, mas um mundo paralelo, em que os acontecimentos são construídos de forma artificial no interior do próprio dispositivo, como os *reality shows*, que tem como base acontecimentos provocados e controlados pela própria televisão. Aqui o propósito de realidade é o de reapresentação, na medida em que a televisão propõe um real que é artifício, configurado enquanto jogo: “um outro mundo cheio de regras e mágicas para os quais transporta atores sociais, participantes, apresentadores e os próprios telespectadores, para, a seguir, os transformar em atores discursivos de programas que giram em torno desse real artificial” (DUARTE, 2007, p.14). Tal realidade discursiva falaria de si mesma, porque a relação que ela instaura é a de substituição e de equivalência entre o real configurado como paralelo e o discurso sobre ele. A lógica se daria a partir da *hipervisibilidade*, como se a exposição, o espetáculo substituísse qualquer relato.

Ainda que Duarte demarque os engendramentos da realidade segundo as categorias citadas, a autora afirma que frequentemente os programas televisivos embaralham esse percurso, porque “a televisão dos reais recorre a meios ficcionalizantes” (2007, p.15).

Conclui-se então que ainda que os gêneros sejam modelizações, cuja intenção inicial é demarcar modelos de expectativas, constituindo-se numa primeira mediação entre produção e recepção, eles não passam de uma abstração, um modelo virtual, na medida em que os produtos televisivos misturam cada vez mais características entre os formatos.

Citando ainda Duarte (2007), o gênero funcionaria apenas como substância de uma forma que sobre ele possa se projetar, ou seja, como um feixe de traços de conteúdo da comunicação televisiva que só se atualiza e se realiza quando se projeta, sobre ele, uma forma de conteúdo e de expressão – articulada entre subgêneros¹².

Retomando ao termo formato, já citado no início deste artigo, referia-se à forma de realização de um ¹² Os subgêneros, segundo Duarte (2007, p.15) são atualizações de um gênero que se manifestam sob diferentes tipos de produtos televisuais.

subgênero, uma vez que pode reunir vários subgêneros em uma mesma emissão. “O formato é o processo pelo qual passa um produto televisual, desde sua concepção até sua realização” (DUARTE, 2007, p.16). Trata-se da estrutura de determinado programa, a partir da sequência que organiza seus atos por meio dos conteúdos, com a finalidade de obter a representação de uma identidade: cenários, temáticas, modalidades, finalidades, entre outros. O formato está ligado, ainda, a toda a estrutura comercial de uma emissora de TV, o que muitas vezes sistematiza novidades ou reciclagens, segundo o ciclo produtivo “produção-programação-recepção¹³”.

Nesse grande cenário narrativo, a televisão coloca ao dispor dos telespectadores a informação intercambiada aos signos da ficção, o real confunde-se com o imaginário e o autêntico muitas vezes é o artifício. Tais trânsitos são complexos e atualmente parecem frenéticos, mas se configuram em interiores planos de realidade ancorados em interesses econômicos e políticos. Em todo caso, em nossa leitura, percebemos o atual cenário da produção televisiva como uma estratégia de adequação às novas possibilidades narrativas, aos novos usos da linguagem e aos novos anseios por parte dos espectadores, que tentam compreender o peso da tecnologia na interrogação da cultura contemporânea.

Estamos imersos em um processo civilizatório em que as imagens exercem um poder imenso sobre nossas mentes e nossos corpos. Começamos então, como afirma Sodré (2006), a nos inquietar com o mistério da realidade sensível de tantos signos sinestésicos que invadem nosso cotidiano e parecem administrar nosso afeto coletivo. Resta-nos daqui pra frente investigar o encamihamento político que tais sensações vão nos conduzir.

Referências Bibliográficas:

AUMONT, Jacques. *A imagem*. SP: Papirus, 1993.

13 Ciclo que contempla todas as etapas do projeto de desenvolvimento de conteúdo televisivo. De forma resumida, a produção é a fase que vai das idéias à formatação do produto televisivo, a programação é sua inserção dentro da grade televisiva, segundo horários e demais especificidades de acordo com os públicos, e a recepção é a transmissão desse conteúdo formatado segundo a lógica das audiências. Trata-se de um ciclo, na medida em que cada etapa depende da outra. Ver mais *in*: CHAMBAT-HOUILLO, Marie-France. **O formato televisual: programação, programação e recepção**. In DUARTE, Elizabeth; CASTRO, Maria Lilia Dias. (orgs.). *Comunicação Audiovisual: gêneros e formatos*. Porto Alegre, Sulina, 2007.

CANNITO, Newton. *A televisão na era digital: interatividade, convergência e novos modelos de negócio*. São Paulo, Summus, 2010.

CASTELLS, Manuel. *A Sociedade em Rede*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CARDOSO, Gustavo. *A mídia na Sociedade em Rede*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007.

CHAMBAT-HOUILLO, Marie-France. O formato televisual: programação, programação e recepção. In DUARTE, Elizabeth; CASTRO, Maria Lilia Dias. (orgs.). *Comunicação Audiovisual: gêneros e formatos*. Porto Alegre, Sulina, 2007.

BAKHTIN, Mikhail. *Estética da criação verbal*. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

BOURDIEU, Pierre. *Sobre a Televisão*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.

DELEUZE, Gilles. *A imagem-tempo*. Cinema 2. São Paulo: Brasiliense, 1990.

DUARTE, Elizabeth. *Preâmbulo*. In DUARTE, Elizabeth; CASTRO, Maria Lilia Dias. (orgs.). *Comunicação Audiovisual: gêneros e formatos*. Porto Alegre: Sulina, 2007.

ECO, Umberto. *Viagem na irrealidade cotidiana*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

FRANÇA, Vera. *A TV, a janela e a rua*. In FRANÇA, Vera (org.). *Narrativas televisivas: programas populares na TV*. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

JENKINS, Henry. *Cultura da Convergência*. São Paulo: Aleph, 2009.

JOST, François. *La télévision du quotidien: entre réalité et fiction*. Bruxelles: De Boeck, 2001.

KERCKHOVE, Derrick. *A pele da cultura: investigando a nova realidade eletrônica*. São Paulo: Annablume, 2009.

MACHADO, Arlindo. *O sujeito na tela: modos de enunciação no cinema e no ciberespaço*. SP: Paulus, 2007.

SODRÉ, Muniz. *Antropológica do Espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede*. Petrópolis: Vozes, 2002.

_____. *As estratégias sensíveis: afeto, mídia e política*. Petrópolis: Vozes, 2006.

TRINDADE, E. *Merchandising em telenovela: a estrutura de um discurso para o consumo*. Disponível em: <http://www.portal.rp.com.br/bibliotecavirtual.publicidadeepropaganda>. Acesso em: agosto de 2005.

Recebido: 01/04/2012

Aprovado: 16/05/2012