

Resenha

O fim da televisão

(CARLÓN, Mario; FECHINE, Yvana (Orgs). [tradução de Diego Andres Salcedo]; Rio de Janeiro: Confraria do Vento, 2014. 136 p.)

Eutália RAMOS¹

O meio de comunicação de massa que permanece com sua grande repercussão junto ao público em geral é a televisão, mas estamos presenciando modificações em nossa sociedade e no meio, através das novas mídias, que passa a reconfigurar a televisão na qual estamos acostumados.

Impostas pelos avanços tecnológicos e fortemente aprimorados pelas práticas midiáticas, os novos meios permitiram aos espectadores de televisão, agora consumidores e também produtores de conteúdos utilizarem a internet como meio massivo, resultando em uma transição convergente para esta nova mídia. No livro *O fim da televisão*, os autores Mario Carlón e Yvana Fechine, reúnem artigos de autores latino-americanos para tratar justamente da mutação da televisão, sua nova configuração em relação aos conteúdos e à programação. Apresentado em seis artigos, o livro nos demonstra apontamentos e opiniões que buscam o entendimento sobre as mudanças nos processos comunicacionais televisivos, as perspectivas sobre a televisão de hoje e o que poderá acontecer com ela.

Para dar início ao livro Mario Carlón, um dos autores, utiliza a percepção do poder televisivo em seu artigo *Repensando os debates anglo-saxões e latino-americanos sobre o "fim da televisão"*, para lembrar a televisão como um meio massivo que reinou durante tempos e teve consigo o poder de influenciar toda uma sociedade, onde, atualmente não apresenta a mesma capacidade, sendo as mudanças tecnológicas à causa para sua crise, que culminou em modificações nos discursos narrativos e nas práticas sociais. Assim, o autor levanta dois debates sobre o momento da televisão atual, tendo em vista a perspectiva Anglo-saxão, que através de Elihu Katz no livro *The End of Television?* (2008), traz uma reflexão sobre como a televisão que

¹ Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação PPGC/UFPB.
E-mail: ramoseutalia@gmail.com

conhecíamos e estávamos acostumados está diferente, e também busca nos autores John Ellis² e Toby Miller³ concepções sobre a TV em uma nova fase que permite a outros meios novos espaços. O outro debate é referente à perspectiva da América Latina, que baseado no ponto de vista que Eliseo Véron possui em *El fin de la historia de un mueble* (2009), divide suas interpretações em três eixos: o fim da programação, a crise da televisão como meio e o novo papel do espectador, resgatando a periodização de Umberto Eco⁴ de PaleoTV (primeira fase) e NeoTV (segunda fase), para demonstrar que estamos em uma terceira fase que possibilita o espectador criar sua própria programação: quando e o que ver, o que denomina de *Pós-TV*. Porém, questionando como a televisão permanece em nossas casas, o autor acredita que por possuir um dispositivo (o televisor) e linguagem (ao vivo) própria, e que mesmo tendo a possibilidade de uma “televisão expandida” - DVD, internet e dispositivos móveis - ficamos presos as transmissões ao vivo, que faz os espectadores reconhecer a TV e o Instituto Emissor, assim, seria um fato que contribui para esta perduração.

Em 1980, essa mutação da TV para Internet, foi percebida por Alvin Toffler⁵ devido ao surgimento de possíveis novas tecnologias que iria desmassificar os meios antigos, sendo logo depois adicionada a perspectiva de Geoge Gilder⁶ sobre o HDTV. Essas duas visões, utilizada por Carlos Scolari para dar início ao seu artigo intitulado *This Is the End: as intermináveis discussões sobre o fim da televisão* traz esses e entre outros registros dos autores Eliseo Véron e Mario Carlón sobre o fim da era televisiva, reconhecendo seu valor como meio de massa no século XX, e utilizando para compreender a terceira fase do meio, pensando em novos ambientes e uso da TV x Internet como a televisão ficará daqui a um tempo. Ele cita o conceito de “hipertelevisão” adaptado ao ecossistema midiático, nas redes e nas interações e aponta características para as novas mídias, como: programas narrativos, fragmentação das telas, aceleração das histórias, narrativas não lineares e expansivas.

² *Seeing things* (2000)

³ A televisão acabou, a televisão virou coisa do passado, a televisão já era. In: FREIRE FILHO, João (ed.). *A TV em transição. Tendências de programação no Brasil e no mundo*. Porto Alegre: Sulina, (2009)

⁴ *Tv: la transparência perdida* (1994)

⁵ *The Third Wave* (1980)

⁶ Em *Life After Television. The Coming Transformation of Media and American Life* (1992), Gilder apontava a tecnologia HDTV dos japoneses capaz de fazer o *broadcasting* e matar a televisão em termos técnicos.

Pensando a “hipertelevisão” que privilegia o conteúdo gravado sob demanda (p. 48), permitindo a construção da grade de programação pelo próprio espectador, Scolari considera que esse momento faz parte não de um “testemunho a morte de televisão, mas a rearticulação de seu papel unificador da sociedade” (p. 49), onde a partir disso surgem outros meios e hibridizações no ambiente digital para as novas gerações. E por último, defende a ideia de que só é possível pensar na morte da televisão dependendo da situação e como estamos falando dela.

No terceiro artigo do livro os autores Arlindo Machado e Marta Lucía Vélez apresenta suas considerações, através do trabalho intitulado de *Fim da televisão?*, sobre uma reformulação da televisão, e não de sua morte propriamente dita. A facilidade de acesso aos conteúdos através de outros dispositivos causou a fragmentação da audiência, gerando novos estilos de espectadores: o *espectador passivo*, aquele que não reage a nenhum tipo de conteúdo, e o *interator*, o consumidor/produtor que vai atrás do conteúdo que deseja ou o cria. É uma nova experiência no qual afirmam que requer análises, porém, surge para reaver os modos de recepção. Machado e Vélez buscam na obra *Cultura da convergência* (2008) do já consagrado autor Henry Jenkins, conceitos sobre a narrativa transmídia para levar os leitores à percepção de que agora com esta facilidade disponibilizada pela internet, buscamos mais detalhes sobre os conteúdos assistidos, seja em qual mídia for. A internet, além de facilitar esse acesso, propicia com os recursos fornecidos, ver conteúdos exclusivos que expandem o conhecimento sobre determinado produto. Mas, mesmo após compreender que essa mudança parte também de nós, espectadores e/ou consumidores, para os autores, é improvável afirmar como essa situação chegará ao fim, isto é, se a televisão vai morrer ou apenas mudar.

Em contraponto, para tentar esclarecer o questionamento que perdura durante a leitura, Toby Miller no artigo *O agora e o futuro da televisão* realiza uma espécie de levantamento de citações de autores, pesquisadores, revistas e empresas sobre o meio e a situação, chegando à conclusão que estamos no meio de um processo de transformações, onde imagens em movimento podem ser enviadas e recebidas de qualquer lugar, os dispositivos recebem conteúdos ao vivo e sob demanda e há certa proximidade com as preferências dos espectadores/audiências (para algumas empresas). A tecnologia demonstrou, através do rádio e televisão, que ao ponto de que algo novo é criado, rapidamente é dominado por corporações, isto é, nesse caso, as empresas tentam

tirar total proveito do que a internet pode proporcionar. Levando esse fato, o autor percebe que o uso do serviço de internet vem aumentando em determinados países e permite aos usuários utilizar o *streaming* ou fazer *download*, para assistir os conteúdos televisivos. Ele traz exemplos de emissoras que estão não só utilizando esses serviços, para aproveitar a audiência fragmentada, mas também, analisar esse público para tirar melhor proveito dos seus usos, conseguindo monitorar as audiências, para assim encontrar o público específico para seus conteúdos. Fortalecendo o que ele acredita sobre estarmos assistindo cada vez mais televisão, e não menos, já que estamos fazendo uso dos dispositivos móveis ou outra plataforma para, na maioria das vezes, visualizar conteúdos televisivos.

Podemos também encontrar essa visão de que estamos assistindo cada vez mais TV no quinto artigo do livro do professor e pesquisador Guillermo Orozco, intitulado *Televisão: causa e efeito de si mesma*, onde considera a televisão como um eletrodoméstico no qual todos têm em casa e continua ligada, com certeza, por algumas horas no dia. Sendo ainda, um meio massivo com grande investimento e o queridinho do mercado. Dessa forma, Orozco acredita que teremos muito futuros com a TV, pois ela está interligada em tudo e passa a ser muitas coisas ao mesmo tempo. Mas, tendo consciência da difusão e considerando a televisão uma educadora de espectadores e que carrega consigo o fato de se auto promover, reconhece que precisa de uma evolução na qual ela entenda seu espaço atual e (re)considere o público e/ou audiência, já que a internet é um meio de interação muito maior, e é uma briga na qual o autor considera a TV perder por ser um ponto fraco.

Ainda segundo Orozco, a televisão deixou de ser um meio para ser um fenômeno considerado por muitos pesquisadores como “o televisivo”, sendo esse a própria mediação da TV, e é a partir disso considera haver uma alusão ao “fim da TV”, pois passa a ser o início de outra época com outro reconhecimento e comportamento no cenário digital. E aposta que “teremos muitas opções de televisão e de audiências” (p. 111), onde é possível crer através de um exemplo que traz sobre esse momento: a TV é igual a Coca-Cola, está em todos os lugares só esperando ser consumida.

Para Yvana Fechine, a modificação no consumo da televisão deu-se diante da ruptura da programação diária. No seu artigo *Elogio à programação: repensando a televisão que não desapareceu*, apresenta sua visão através do que a televisão ainda é e

não visando o seu futuro, buscando analisar o fenômeno da televisão em relação ao seu conteúdo gerado a partir da temporalidade cotidiana de seus espectadores. Diferente dos demais autores, Fachine fala na morte da TV pelo fato da quebra da centralidade e linearidade da programação, pois diante das opções há uma multiplicação de telas e fragmentação das audiências (p. 115) pela possibilidade em acessar conteúdos televisivos posteriores à programação. Sendo assim, baseia-se a partir da leitura de John Ellis, em *Visible fictions. Cinema, television, vídeo* (1982), para tratar os espectadores em dois regimes distintos: o regime do “olhar”, o espectador confere com atenção o conteúdo televisivo e é sua atividade primária, podendo resultar em algum sentido; e, o regime da “olhadela”, quando nos tornamos um espectador por acaso, acompanhando os conteúdos paralelamente a outra atividade doméstica, sendo então, uma atividade secundária.

Buscando compreender esse hábito dos espectadores (regime do “olhar”) em ver TV, encontra em Eric Landowski, *Passions sans nom. Essais de sócio-sémiotique II* (2004), o conceito de estesia, de ser sentido. Diante desta concepção, o hábito pode ser considerado resultado do que o espectador busca diariamente e o seu gosto por determinado objeto. Onde outro ponto é abordado, em relação à programação e sujeito, pois a presença na TV está relacionada não só ao fato de estarmos assistindo sozinho ou com o mundo (já que eu posso estar vendo o que outra pessoa em outro Estado também vê), mas também da programação nos passar certa regularidade com o tempo, como afirma a autora, nos “assegura” normalidade do mundo (p. 126) e cita o caso do 11 de Setembro. Ou, dando outra perspectiva ao citar outro exemplo, como a Copa do Mundo realizado no Brasil, fazendo os espectadores sentirem-se juntos torcendo. Para Fachine, será através desta união de interesses iguais onde a televisão, mesmo com as novas tecnologias (aplicativos de segunda tela), perdurará e com a ajuda das plataformas de redes sociais, revalorizará o “ver TV”, sendo chamada por ela de “TV social”, a experiência de assistir televisão e compartilhar simultaneamente o conteúdo nas redes. Estendendo a antiga conversa do sofá com familiares para novos campos virtuais, ou seja, reforçando o seu consumo através de conversas neste novo meio de massa.

Para entender o atual momento da televisão a tempo de mudanças do meio, através de novas práticas e hábitos, *O fim da televisão* é um livro que além de apresentar perspectivas de autores e pesquisadores para pensar como está e estará a TV daqui a

alguns anos, faz-nos compreender a relação da televisão e internet como meio de massa. Dando não só conhecimento a essas diferentes perspectivas que pretendem obter o mesmo resultado, mas apresentando leituras relevantes sobre o momento.

Assim, creio em uma reconfiguração da televisão e de seus conteúdos para alcançar e dar voz ao público, utilizando recursos tecnológicos que possibilitem o aumento em suas audiências. Como também, visualizo que a Internet, como meio de massa, adquire forças e concentra uma parte dos espectadores de televisão que em busca de conteúdos específicos, como filmes e séries de TV, encontra no meio seu entretenimento. Parafraseando os pensamentos utilizados por Toby Miller (2014) para dar voz às concepções absorvidas: há espaço para o novo meio que estamos conhecendo e sempre haverá espaço para a televisão que conhecemos.