

Estudos Culturais e a televisão contemporânea em discussão¹

Emmanuelle Dias²

Felipe Borges³

Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, MG

Resumo

A televisão, nos últimos anos, tem se reconfigurado frente às novas práticas de consumo dos produtos televisivos. As audiências buscam conteúdos específicos e a possibilidade de construir sua própria programação. Assim, assistir à tevê não se restringe mais a um único suporte, mas a uma miríade midiática que inclui computadores, vídeo games, *tablets* e celulares. Os Estudos Culturais trazem contribuições decisivas para pensarmos em como as articulações das práticas cotidianas, da cultura e da sociedade são intrinsecamente relacionadas e podem ser debatidas tendo em vista os meios de comunicação – no caso, a televisão. Nos interessa discutir, para além dos aspectos tecnológicos, como a instância televisiva implica em trocas simbólicas e formas de recepção diversas.

Palavras-chave: televisão; estudos culturais; experiência; recepção

Introdução

Dentre as contribuições que os Estudos Culturais trazem para o campo da comunicação, está a de olhar para a recepção como parte integrante de um processo de negociação e resistência. No contexto específico da televisão, essa visada se torna ainda mais importante para que possamos entender o papel da audiência na atual reconfiguração dos modos da experiência televisiva.

Os Estudos Culturais propõem análises textuais para entender em que medida, por exemplo, os programas televisivos podem ser lidos e ressignificados de diferentes formas. A televisão contemporânea passa por profundas transformações que dizem respeito aos aparatos sobre os quais ela se desdobra e na própria maneira como as pessoas se relacionam com os programas. Isso vem acontecendo por meio de mudanças que envolvem questões tecnológicas, econômicas e – a que mais nos interessa – de recepção. Por conseguinte, o próprio texto televisivo acaba por se reconfigurar.

¹ Trabalho apresentado no GP Televisão e Vídeo, XV Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da UFMG, email: emmanuelle.c.dias@gmail.com

³ Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da UFMG, email: felipelsborges@gmail.com

É por isso que as contribuições de autores como Raymond Williams, Stuart Hall e Jesús Martín-Barbero, expoentes dos Estudos Culturais⁴, nos parecem pertinentes para pensar a televisão contemporânea. Se a cultura está relacionada a um modo de vida e a recepção tem um papel importante no processo comunicacional, observar como as novas formas de consumo da tevê levam a uma mudança na própria indústria televisiva e nas formas de se produzir e fazer circular os textos televisivos nos parece pertinente.

Para isso, iremos observar de que forma fenômenos como a Netflix e os serviços *on demand*⁵ se apresentam enquanto partes de um processo de negociação e disputa no âmbito da experiência televisiva. Primeiramente, iremos caracterizar a visão de cultura e a forma de se olhar para a tevê na perspectiva dos Estudos Culturais. A seguir, discutiremos em que medida os costumes da audiência estão relacionados a uma dinâmica de reconfiguração da indústria televisiva. Ao final, observamos de que forma as novas propostas da televisão, aliadas à internet, são relevantes para se pensar este momento de disputas e negociações e para entender a cultura como um todo.

A cultura dos Estudos Culturais

Os Estudos Culturais trazem contribuições decisivas para pensarmos os modos como a cultura, a sociedade e as práticas cotidianas estão intrinsecamente relacionadas e podem ser problematizadas a partir de um meio de comunicação – no caso, a televisão. Um dos conceitos mais definidores e vanguardistas do campo, e que muito nos interessa para este estudo, é o de cultura. Segundo Douglas Kellner:

O ponto crucial (dos estudos culturais) é que subvertem a distinção entre cultura superior e inferior e assim, valorizam formas culturais como o cinema, televisão e música popular, deixadas de lado pelas abordagens anteriores, que tendiam a usar a teoria literária para analisar formas culturais ou para focalizar, sobretudo, ou mesmo apenas, as produções da cultura superior (2001, p.49).

Na visão que predominava até antes dos Estudos Culturais, cultura tinha o “sentido que hoje damos à expressão cultura erudita e que se refere à busca e ao cultivo da perfeição moral, intelectual, espiritual” (GOMES, 2011, p.31). Williams discute um conceito de cultura que

4 Enquanto Williams e Hall pertencem à corrente britânica dos Estudos Culturais, Martín-Barbero vem da latino-americana. Sabemos que são abordagens distintas, porém faremos uma aproximação entre os estudos de tais autores que nos parece pertinente.

5 Serviço por demanda, no qual os programas ficam disponíveis para serem assistido a qualquer hora, por meio do *streaming* - que os transmite sem a necessidade de fazer o download ou armazenar.

não só vai contra a divisão entre alta e baixa cultura, como também, nos oferece um novo entendimento sobre ela.

Além de reconhecer o valor da cultura popular, criada pelas classes operárias e legítima enquanto manifestação artística, Williams entende que cultura “(...) não é apenas um corpo de trabalho intelectual e imaginativo; ela é também e essencialmente todo um modo de vida” (2011, p.349). Assim, a cultura não seria apenas, por exemplo, os filmes, discos, livros e as obras de arte produzidos pela sociedade numa determinada época. Afinal, ela não é um produto, mas um processo. Isso significa que as práticas e costumes cotidianos irão constituir essa cultura. Nesse sentido, mais do que pensar em vestuário ou nas formas de morar como o modo de vida de que fala Williams, é importante entender que esse conceito está ligado às ideias alternativas da natureza do relacionamento social. Itania Gomes explica:

Williams procede a uma transformação radical do conceito de cultura e dos modos possíveis de se fazer análise cultural: enquanto resposta a novos desenvolvimentos políticos e sociais, a cultura articula, ao mesmo tempo, elementos exteriores, da estrutura, e elementos da experiência pessoal, privada (2011, p.31)

Richard Hoggart propõe uma concepção similar em *As utilizações da cultura* (1973), quando critica a forma como a análise cultural tradicional apagava a existência do homem simples – que se tornou o centro de seus estudos. Ao trazê-lo para a discussão, ele poderia “ver, para além dos hábitos, aquilo que os hábitos representam, ver através das declarações e respostas o que estas realmente significam (significado que pode ser oposto a essas próprias declarações)” (HOGGART, 1973, p. 20).

A partir dessa concepção de cultura, Williams pôde fugir da dicotomia da base com a superestrutura, como ditava a tradição marxista. Sua concepção promove uma unificação entre o âmbito da produção (economia) e as relações sociais (sociedade e política, por exemplo). Não por acaso, “Williams é considerado fundador dos Estudos Culturais por mostrar, na Inglaterra dos anos 1950, que a vida material e a vida cultural são profundamente interligadas e por mostrar o lastro popular da cultura” (GOMES, 2011, p.31).

Ao olhar para a cultura a partir de processos ordinários cotidianos e se atentar para as formas de expressão da cultura popular, os Estudos Culturais lançaram um olhar próprio e valorativo sobre a televisão. No mesmo caminho, ao dedicar maior atenção à recepção, puderam trazer à tona os usos e ressignificações que surgem desse processo, e que se tornam uma rica fonte de análise.

Sobre os modos de se abordar a televisão

Para Williams, em *Television: technology and cultural form* (2003), a televisão é o lugar em que, ao mesmo tempo, se entrelaçam três importantes processos: o tecnológico, o institucional e o cultural. O autor trata, especificamente, da televisão enquanto tecnologia e forma cultural, a partir de seu contexto sócio-histórico, considerando, assim, tevê e esfera social como instâncias indissociáveis.

A partir de tal perspectiva, Williams destaca que há diferentes caminhos para se estudar a televisão. Um deles é estudá-la enquanto tecnologia, a partir de seu desenvolvimento histórico - ou seja, como invenção, um aparato técnico que está associado a outras inovações tecnológicas. O outro caminho para estudar a tevê seria enquanto forma de expressão de cultura (o estudo da especificidade de sua forma discursiva em articulação com os aspectos de sua materialidade).

De acordo com Williams (2003), a sociedade manifesta determinados impulsos e práticas que instigam a construção de mudanças. Tais impulsos são denominados “demandas sociais” (*social needs*, no original). Nesse sentido, parece-nos fundamental, para nossas discussões, a proposta de Williams que busca compreender a televisão enquanto meio técnico, mas considerando sua história e contexto sócio-cultural. Mais que isso, apontar como as demandas sociais instigam vários usos que a sociedade faz do dispositivo⁶ televisivo e as novas interações que emergem a partir dele, nos parece essencial para debater a respeito das reconfigurações televisivas.

Há muito tempo, a televisão deixou de ser uma novidade tecnológica. Familiarizados com a presença da tela eletrônica em nossos lares, aprendemos, ao longo dos anos, as práticas de assistir e entendemos a linguagem televisiva. Segundo Arlindo Machado (2000), há diversos estudos sobre televisão, e em muitos deles permanece a noção da tevê enquanto mero “serviço”, sistema de difusão ou fluxo de programação. Tais concepções se baseiam, principalmente, em aspectos tecnológicos, se restringindo aos estudos dos meios, afunilando sua abordagem.

De acordo com Elton Antunes e Paulo Vaz (2006), “a comunicação não se resume aos meios de comunicação ou a uma função transmissiva, mas compreende a constituição dos

⁶ Quando falamos de dispositivo não nos referimos a um aparato tecnológico. Tomamos como a base a noção de dispositivo midiático desenvolvida por autores como Maurice Mouillaud (1997), Elton Antunes e Paulo Vaz (2006) e José Luiz Braga (2011). Este último autor define que se trata de uma “reunião de aspectos heterogêneos que, de algum modo se articulam em um determinado processo social (...) Alguns elementos são técnicos, outros culturais, outros de ordem prática, outros, ainda, institucionais; alguns serão essencialmente comunicacionais” (p.9).

discursos e o espaço da interlocução” (ANTUNES; VAZ, 2006, p.1-2). Quando se privilegia a mídia enquanto “aparato sócio-técnico” minimiza-se a intervenção dos interlocutores, deixando à parte o processo comunicativo, assim como a própria dinâmica de produção e de construção dos sentidos. Portanto, não é levado em conta o caráter de inserção da mídia na experiência cotidiana nem os modos como os meios são reconfigurados pela vida social.

Trazendo tal reflexão à luz de nossas discussões, podemos encarar a televisão enquanto lugar de apontamento de sentidos, estabelecimentos de formas interativas e processuais, como também de mediações, (re)interpretações de experiências. Não por acaso, a tevê desempenha um papel muito importante na mediação de valores culturais e ideológicos, por meio de gêneros como novelas, séries, filmes e telejornais. Detentora de uma identidade própria, a televisão se constitui como olhar “personalizado” de construção da realidade mediada, pautando a visibilidade midiática e se legitimando como instância de poder. Ao discorrer sobre as práticas televisivas e suas mediações, Martín-Barbero (2006) caracteriza a televisão como dispositivo cultural, que possui formas, lógicas e conexões próprias, um local da visualidade que ritualiza maneiras de interpretação do mundo, modos de “ver” socialmente aceitos.

Uma vez que está relacionada a maneira de interpretações do mundo, a televisão não dá a ver e nem é lida a partir de uma visão única e definitiva. Nesse sentido, estão envolvidas múltiplas formas de interpretação, o que nos leva a pensar sobre telespectadores que atuam sobre o conteúdo que lhes é apresentado.

O texto televisivo: entre leituras e fluxos

Ao estudar a televisão, Stuart Hall propôs um modelo que abraça a ideia de uma recepção ativa, que ressignifica os códigos num processo conjunto com a produção. Em *Codificação/Decodificação* (2003), ele analisa os programas de televisão como textos abertos, que podem ser interpretados de várias maneiras. Nesse esquema, a “codificação é a definição do sentido dentro da forma textual, influenciada pelas práticas dos profissionais dos media e decodificação é o trabalho feito pelo receptor para produzir sentido desses textos” (ROCHA, 2011, p.179). Conforme Simone Rocha:

Hall também sugeriu que há uma correlação entre as situações sociais das pessoas e os sentidos que elas podem gerar de um programa. Ele assim postulou uma possível tensão entre a estrutura do texto, que sustenta a ideologia dominante, e as situações sociais da audiência. Ver televisão

tornou-se um processo de negociação entre o espectador e o texto. (2011, p.179)

Desse modo, os sentidos pretendidos na produção não são, necessariamente, aqueles recebidos pelos telespectadores⁷, que irão interpretar os códigos à sua maneira, com base em diferentes fatores.

Essa concepção abre a prerrogativa de que diferentes leituras dos textos televisivos são possíveis. Em sua teoria da leitura, Hall propõe que os programas de tevê geralmente optam por um conjunto de sentidos que trabalham para manter a ideologia dominante, mas que esses sentidos não podem ser impostos, apenas preferidos (ROCHA, 2011, p.179). No processo de decodificação, ele define três tipos de leitura: a do código dominante, do negociado e de oposição (2003, p. 400,401,402). O primeiro seria a leitura de acordo com os valores hegemônicos apresentados pelo texto, ou seja, quando o telespectador concorda com os valores ali expressos; o segundo misturaria adaptação e oposição, uma vez que se reconhece a legitimidade das definições hegemônicas presentes no texto, mas se negociaria esses códigos conforme o grupo social em que o sujeito se insere; já o terceiro seria o caso em que a leitura vai contra os sentidos expressos no texto, de modo a desconstruir a ideologia hegemônica. Segundo Hall:

Um dos momentos políticos mais significativos (eles também coincidem com os momentos de crise dentro das próprias empresas de televisão, por razões óbvias) é aquele em que os acontecimentos que são normalmente significados e decodificados de maneira negociada começam a ter uma leitura contestatária. Aqui se trava a “política de significação” - a luta no discurso. (2003, p. 402)

É importante notar como Hall⁸, ao enfatizar as diferentes leituras e uma “luta” no processo comunicacional, está falando também de resistência. Se a Teoria Crítica (HORKHEIMER, 1980) aponta uma relação de dominação absoluta quanto trata da mídia e da indústria cultural, os Estudos Culturais lançam mão do conceito de hegemonia (especialmente a partir de Antonio Gramsci) para pensar as relações, nas quais há uma negociação, e não uma

⁷ Para nos referirmos à experiência televisiva, utilizamos de maneira indistinta os termos telespectador(es), audiência(s), e receptor(es). Sabemos que as designações apresentam diferenças importantes, mas não nos propomos a discuti-las aqui.

⁸ Por mais que tenha sido fundamental para os avanços nos estudos da comunicação (e ainda seja), o modelo codificação/decodificação apresenta alguns problemas importantes, apontados ao longo do tempo, como: uma estrutura que se assemelha aos modelos lineares da comunicação; a decodificação como um ato único, o que esconde um conjunto de processos mais amplo; a noção de que a leitura preferencial necessariamente é em acordo com uma leitura dominante, como se as mensagens da mídia sempre expressassem uma ideologia dominante. Este último problema, por sinal, foi reconhecido pelo próprio Hall posteriormente (PORTO, 2003).

submissão pura e simples. Da negociação, muitas vezes surge uma resistência frente ao discurso apresentado no texto.

Sobre o texto televisivo, Williams irá observar como ele se configura e de que modo oferece modos de experiência para o telespectador. Ao versar sobre o ato de assistir à tevê, ele comenta a dificuldade em descrevê-la: “Seria como tentar descrever a leitura de duas peças, três jornais, três ou quatro revistas, no mesmo dia em que se tivesse ido a um show de variedades, uma palestra e um jogo de futebol” (2003, p.96, tradução nossa).

Essa experiência se dá pela forma heterogênea e variada como a televisão se configura, no que Williams chama de “fluxo”, uma sequência ininterrupta de imagens a partir da qual os programas televisivos são elaborados: “Esse fenômeno do fluxo planejado, é talvez a característica definitiva do *broadcasting*, simultaneamente como uma tecnologia e como uma forma cultural” (WILLIAMS, 2003, p.86, tradução nossa). Por meio do fluxo, o telespectador pode acessar diferentes tipos de “eventos” em sua casa e numa única dimensão e operação. Esses aspectos revelam formas de constituição do texto televisivo e de que forma a audiência se relaciona com eles.

Nenhuma dessas dimensões, entretanto, é estável no tempo. Atualmente, o número de novas tecnologias é crescente, e a televisão vive um momento de mudança em decorrência do surgimento de novos protagonistas midiáticos. Tem-se observado um novo comportamento do público, com a pulverização cada vez maior das audiências, que dividem seu tempo entre diversas possibilidades de entretenimento e informação, tais como a própria tevê, computadores, *video games*, celulares, entre outros. Como se não bastasse, o consumo de conteúdo televisivo não tem se restringido apenas na televisão, mas também em outros meios – principalmente, na internet.

Mudanças em cadeia

Desde a invenção da tevê, são notáveis os diversos costumes e hábitos do telespectador a partir da interação com o meio. No início do século XX, a prática de assistir à televisão, geralmente, se constituía na sala de estar com os familiares reunidos. As emissoras ainda começavam a se institucionalizar, havia poucas opções de programas, e muitos deles eram oriundos do rádio. Como parte do cotidiano familiar, a televisão já era apontada como uma nova tecnologia de entretenimento e lazer.

A partir dos anos 1980, a quantidade de aparelhos dispara no mercado, há uma maior profissionalização dos conteúdos televisivos e oferta de canais. A audiência começa a

segmentar e as práticas de assistir à tevê de forma conjunta se tornam menos comuns. Já por volta da década de 1990, com a popularização de meios para entretenimento como VHS, games e a internet, a migração dos telespectadores para conteúdos mais especializados, orientados a nichos específicos, tornam-se frequentes em detrimento da programação televisiva pré-determinada e ampla. O suporte material televisivo não é mais necessário, o acesso ao conteúdo da televisão se estende a outras mídias como computador, *tablet* e celular.

Assim, as mudanças que ocorrem nos costumes do telespectador se relacionam de forma dinâmica com a tecnologia – e com a própria indústria televisiva. Williams discute como algumas palavras mudam de significado ao longo da história, conforme as mudanças sociais. Dentre elas, está indústria, que ele aponta ter perdido o seu sentido pré-Revolução Industrial, quando indicava um atributo humano específico, para passar a designar instituições manufatureiras e produtivas e suas atividades (2011, p.16). Quando empregado com letra maiúscula, “é considerada como uma coisa propriamente dita – uma instituição, um corpo de atividades – e não simplesmente um atributo humano” (p.16,17).

Cotidianamente, falamos e ouvimos a respeito de diferentes “indústrias”: farmacêutica, automobilística, alimentícia, cosmética, têxtil, dentre outras. De fato, a noção que temos se aproxima daquela descrita por Williams. Quando falamos do campo da cultura, podemos dizer que as indústrias se posicionam, no modelo proposto por Hall, nos âmbitos da produção e da circulação dos produtos – o que não quer dizer que sejam absolutas nesse sentido, uma vez que, ao mesmo tempo em que existe hegemonia, há também um processo de negociação. Importante frisar, nesse sentido, que por mais que “indústria” nos remeta ao âmbito econômico, vai muito além disso. A própria indústria cultural, mesmo na concepção da Teoria Crítica, tratava a arte como mercadoria, mas de forma a impor valores por meio de um discurso dominante. Logo, a dimensão simbólica é essencial.

É interessante refletir sobre a indústria num momento em que muito se fala de crise na indústria cultural, representada, por exemplo, pelas indústrias fonográfica, televisiva e cinematográfica. De forma geral, todas se encontram num período conturbado frente às opções que a internet oferece, ao disponibilizar de forma gratuita e irrestrita os produtos que sustentam essa indústria. A falência do modelo dos direitos autorais leva a uma queda na compra de discos, DVDs e blu-rays, já que música, séries e filmes são baixados via internet. Sem dúvida, é um momento de transição, no qual a indústria tenta encontrar caminhos e soluções para lucrar.

No caso específico da indústria televisiva, é visível que mudanças vêm ocorrendo até mesmo no cerne do que se entendia por tevê. Podemos pensar em como aspectos como a

programação e o fluxo de Williams tem se reconfigurado na contemporaneidade. Mas por que isso tem acontecido?

Williams estabelece que cultura é um termo abrangente, capaz de englobar diversas relações, inclusive com a indústria (2011, p.19). Ao mesmo tempo, ele apresenta cultura como um modo de vida, o que envolve as próprias formas de lazer (apesar de ir muito além disso, como já dissemos). Essas formas de lazer têm se modificado frente às novas possibilidades da televisão aliada à internet. Nesse sentido, não ter acesso a um programa no canal aberto ou fechado ou mesmo não poder assisti-lo conforme o horário da programação deixou de ser um problema: os downloads acabaram com esse problema, oferecendo o mesmo conteúdo pela internet, o que levou à necessidade de toda uma reconfiguração na indústria televisiva, que perdia espaço para os *torrents* e *streamings* na internet.

É nesse contexto que surgem plataformas como a Netflix e mesmo os serviços *on demand*, oferecidos por canais como a TV Globo e a HBO. Sem dúvida, se configuram como respostas ao avanço da internet, numa tentativa de atrair os telespectadores de volta para o lugar de produção dos programas.

A partir disso, podemos pensar em como os costumes e preferências de uma audiência televisiva ajudaram a reconfigurar a própria indústria, num processo dinâmico em que a recepção se mostra ativa de outra maneira, não apenas pelas múltiplas formas de interpretação do texto televisivo. Esse modo de vida enquanto cultura de que falamos está ligado a fatores múltiplos, que vão desde a maneira como lidamos com produtos culturais, a forma como achamos mais fácil de consumi-los na contemporaneidade, bem como as ferramentas tecnológicas de que dispomos.

Novas propostas

Ao longo dos anos, foi se tornando cada vez mais evidente como a audiência migrava do aparelho televisivo para as múltiplas plataformas digitais que ofereciam o conteúdo da tevê em qualquer hora e lugar. Os telespectadores se viam livres de uma grade televisiva presa e podiam consumir seus programas favoritos da maneira como achassem melhor. Enquanto boa parte da indústria televisiva tentava (e ainda tenta) lutar contra esse processo e apontar a internet e os telespectadores como vilões, a plataformas como Netflix resolveram abraçar a causa e utilizar a web não como inimiga, mas aliada na tentativa de construir uma nova proposta televisiva. Assim, passaram a oferecer conteúdo licenciado e também próprio no serviço de *streaming*, que pode ser acessado pela internet de qualquer plataforma – *Smart TV*,

tablet, celular, notebook – atendendo às demandas da audiência televisiva atual: grade personalizada, acesso múltiplo e praticidade, tudo a uma mensalidade acessível. Além disso, foi capaz de atrair uma parte do público que não havia aderido aos downloads, seja por desconhecimento de como se baixam programas, desinteresse de se engajar na procura de *torrents* ou mesmo oposição a um modelo dito “ilegal”. Com a Netflix, não é preciso pesquisar para se fazer um download ou se preocupar com a pirataria: basta apertar o play para que o *streaming* de um programa inicie sua reprodução legal.

Obviamente, não podemos pensar na Netflix ou mesmo em propostas similares, como a da Amazon Prime Instant Video e o Hulu, como isentas de interesses econômicos ou mesmo como propostas diametralmente contrárias às da antiga indústria televisiva. Afinal de contas, seu conteúdo não é livre, o lucro é buscado incessantemente e elas estão diretamente relacionadas à tevê tradicional – uma vez que transmitem seus programas –, que também lucram nesse processo. Tanto é que uma proposta bastante similar ao dos exemplos citados, como a Popcorn Time, é rechaçada e combatida como ilegal, uma vez que foge quase completamente a esse esquema ao oferecer todo o conteúdo de forma gratuita e não-licenciada.

Não obstante, o que nos interessa é observar como as relações sociais se configuram de uma maneira muito mais dinâmica do que um modelo linear e absoluto possa deixar transparecer. Ao observarmos os fenômenos midiáticos sob a ótica dos Estudos Culturais, podemos perceber um processo dinâmico envolvendo a indústria e a recepção, no qual há, sim, hegemonia, mas uma que se dá de forma negociada e envolvendo disputas de poder e negociação.

A televisão, desse modo, tem se constituído como uma importante instância em que as práticas culturais da sociedade contemporânea se enredam. Se antes os hábitos consistiam em assistir ao conteúdo televisivo oferecido por emissoras no ambiente familiar e recepção conjunta, atualmente constatamos um consumo individual e personalizado, em qualquer hora ou lugar, que nem sempre está associado a uma emissora ou canal. As práticas construídas pelas audiências têm obrigado a indústria televisiva a se reinventar, evidenciando a ressignificação de noções hegemônicas e contra-hegemônicas do que pode ser considerado “televisão”.

Martín-Barbero (2006) ao buscar analisar a comunicação a partir da cultura, vale-se de uma noção fundamental para os estudos de recepção: o conceito de mediação. Para o autor: “o eixo do debate deve se deslocar dos meios para as mediações, isto é, para as articulações entre práticas de comunicação e movimentos sociais, para as diferentes temporalidades e para a

pluralidade das matrizes culturais” (Martín-Barbero, 2006, p. 258). Ou seja, Martín-Barbero propõe um deslocamento da análise dos meios para o lugar onde os sentidos emergem, para o âmbito dos usos sociais, as “mediações culturais da comunicação”.

Pode-se pensar que diversos grupos sociais irão possuir diferentes relações com a televisão. Todas essas práticas auxiliam na própria constituição da forma como dispositivo televisivo se apresenta. Afinal, será no seio cotidiano, a partir das interações entre audiência, tvê e seu conteúdo, que as reconfigurações televisivas vão se construindo.

Sharon Marie Ross (2008) (apud. AGOSTINI, 2010, p. 39) pontua que as formas de participação dos telespectadores nos rumos dos programas se confundem com a própria história da televisão, fazendo parte da experiência de ver televisão. Nos tempos atuais, os hábitos do consumidor têm incidido não só na produção, mas também nos modos de circulação do conteúdo televisivo. Para além da participação na construção de programas e temas a serem abordados, nos parece que a audiência tem influenciado também como irá consumir os produtos televisivos. A instância televisiva, assim, tem se constituído de maneira imaterializada e com pulverização de seu conteúdo, sem a dependência de um único suporte. Isso tem influenciado também no próprio fluxo televisivo do qual falava Williams (2003) e como serão integrados os produtos da televisão.

No entanto, assim como aponta Hall (2003), vale lembrar que o poder não está totalmente ao lado das práticas receptivas, uma vez que as construções e negociações de sentido também estão relacionadas aos processos de produção, economia e modos como os programas se organizam. Da mesma forma, Martín-Barbero pontua: “Boa parte da recepção está de alguma forma, não programada, mas condicionada, organizada, tocada, orientada pela produção, tanto em termos econômicos como em termos estéticos, narrativos, semióticos”. (1995, p.56). Assim, as ressignificações sociais estão nos modos de interação com os meios, entre os grupos da sociedade e nas diversas instâncias que compõe a sociedade.

Por isso, por mais que seja notável como as práticas de assistir à televisão tem reconfigurado o formato televisivo, não podemos desconsiderar a maneira como as formas de produção também contribuem para o fenômeno. A disponibilização de diversos episódios ou conteúdos de uma vez, por exemplo, tem alimentado fenômenos como o *binge watching*, ou “assistir numa sentada”, atendendo aos usuários que desejam assistir a maratonas dos programas. Tendo em vista essa condição de recepção, a produção de algumas séries, por exemplo, têm apostado em roteiros mais elaborados, muitas vezes sem a utilização de *cliffhangers* (ganchos narrativos). Esse aspecto, por sinal, é dos mais interessantes para perceber como as novas formas de circulação e consumo dos textos televisivos levam à

reestruturação dos próprios. Afinal, antigamente as séries eram exibidas com intervalos comerciais dividindo os episódios em blocos. Isso levava à criação de arcos narrativos que obedeciam aos minutos de cada bloco, e que terminavam num “miniclímax” com vistas a segurar a audiência para a volta do intervalo. Com a nova forma de circulação dos programas, em plataformas de *streaming* ou nos serviços *on demand*, essa estratégia narrativa não mais se faz necessária, já que não há intervalos comerciais – e porque o telespectador que escolheu ver determinada série nesse contexto o fez de forma decisiva, e não porque zapeava pelos canais de tevê.

O processo de negociação envolvido no consumo da televisão nos dias de hoje incide, assim, numa reconfiguração textual. Essa é uma das dimensões que atua no estabelecimento das regras de

(...) uma espécie de gramática de formas de expressão do televisual, que, embora em permanente construção, estrutura as narrativas, em-forma os textos televisuais, dotando-os de características próprias, que os distinguem de textos audiovisuais veiculados por outras mídias (DUARTE, 2012, p.325)

Dessa maneira, por meio de múltiplas dimensões a atuar em conjunto, o que parece estar acontecendo é mais uma reorganização da própria gramática do texto televisivo.

Constatamos, dessa maneira, não só uma intensa negociação entre as novas práticas empregadas pela audiência e a constituição do dispositivo televisivo, como também a inserção de novas tecnologias e processos que incidem na circulação e na produção dos conteúdos da televisão. Todos esses aspectos juntos reconfiguram a experiência televisiva como um todo.

Conclusão

Hall (2003) defende a noção de que os programas de televisão são textos relativamente abertos, capazes de serem lidos de diferentes modos por diversas pessoas. Logo, a prática de assistir à televisão é vista como um processo de negociação entre telespectador e texto – havendo, assim, uma luta no discurso.

É razoável pensar que as reflexões que realizamos ao longo de nosso artigo propõem uma negociação que vai além do texto, pois estão relacionadas também ao dispositivo televisivo. Tratamos de discutir não apenas sobre leituras negociadas do texto da televisão, mas também das práticas relacionadas aos diversos modos de consumo da tevê. Se assistir à televisão é um processo de negociação entre telespectador e texto, nós diríamos que essa relação se dá com o dispositivo também. Talvez seja pertinente falar, frente aos fenômenos

atuais, de uma luta no dispositivo e nas formas de circulação desse discurso. Torna-se interessante pensar como ficam códigos hegemônicos, negociados e de oposição nesse contexto, que envolve novas propostas como a Netflix e o Popcorn Time.

Nesse sentido, é interessante perceber também como as formas de circulação e consumo influenciam na própria configuração da gramática televisiva. Isso mostra em que medida essas instâncias estão relacionadas, e como forma e conteúdo não podem ser tomados de maneira separada, uma vez que apresentam uma relação dinâmica. As formas de circulação e consumo acabam por incidir, de forma decisiva, sobre o texto televisivo – que não perde sua singularidade frente às outras mídias nesse processo. Logo, faz-se necessário refletir sobre como fica o “fluxo” discutido por Williams, frente a essa nova televisão que se apresenta.

Em *Cultura e Sociedade*, Williams versa a respeito de como as modificações na vida e no pensamento correspondem a alterações na linguagem por meio da análise de produções literárias de finais do século XVIII até meados do século XX. Para o autor, foi possível constatar como determinadas palavras adquiriram novos sentidos ou em que medida novas palavras surgiram no vocabulário inglês de modo a dar conta das mudanças que se processavam na vida daquela sociedade. Em síntese, Williams fala de como a linguagem muda conforme as modificações no âmbito social – o significado das palavras se altera nesse processo. Podemos dizer, à luz de nossas discussões, que o entendimento do termo “televisão” tem mudado, ao longo dos tempos, em vista das transformações que se processam continuamente. Definitivamente, a televisão já não é a mesma.

REFERÊNCIAS

AGOSTINI, Adriana. *Elas por elas: e o universo lésbico se faz presente na TV*. 2010. Dissertação (Mestrado em Programa de Pós-Graduação em Comunicação) - Universidade Federal de Minas Gerais.

BRAGA, José Luiz. Dispositivos interacionais. In: XX Encontro Anual da Compós, Porto Alegre (RS). Anais... 2011

ANTUNES, Elton; VAZ, Paulo B. Mídia: um aro, um halo e um elo. In: GUIMARÃES, César; FRANÇA, Vera (orgs). **Na mídia, na rua** - narrativas do cotidiano. Belo Horizonte: Autêntica, p. 43-60, 2006.

GOMES, Itania M.M. Raymond Williams e a hipótese cultural da estrutura de sentimento. In: Itania Maria Mota Gomes; Jeder Janotti Jr.. (Org.). **Comunicação e Estudos Culturais**. 1ed. Salvador: EDUFBA_Editora da Universidade Federal da Bahia, 2011, v. 1, p. 29-48

HALL, Stuart (2003). **Da Diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte:Ed. UFMG.

HOGGART, Richard. **As utilizações da cultura**: aspectos da vida da classe trabalhadora, com especiais referências a publicações e divertimentos. Lisboa: Editorial Presença, 1973

HORKHEIMER, Max. **Teoria Tradicional e Teoria Crítica**. Os Pensadores. São Paulo, Abril Cultural, 1980.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno**. Trad. de Ivone Castilho. São Paulo: EDUSC, 2001.

MACHADO, Arlindo. **A Televisão Levada a Sério**. 1. ed. São Paulo: Editora do Senac, 2000.

_____. Fim da Televisão?. Revista FAMECOS (Online), v. 18, p. 86-97, 2011

MARTIN-BARBERO, Jesús. América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social. In: SOUSA, Mauro Wilton (org.). **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: Brasiliense, 1995.

_____. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. 4ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2006, p.196

MOUILLAUD, Maurice. **Da forma ao sentido**. In: MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sérgio D. (orgs). O jornal – da forma ao sentido. Brasília: Paralelo 15, 1997

PORTO, Mauro P. A pesquisa sobre a recepção e os efeitos da mídia: propondo um enfoque integrado. XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. INTERCOM, Belo Horizonte, MG. Anais... 2-6, set. 2003.

ROCHA, Simone Maria. A Análise cultural da televisão. In: GOMES, Itania Maria Mota; JANOTTI Jr., Jeder. (Org.). **Comunicação e Estudos Culturais**. Salvador: EDUFBA, 2011, v. , p. 177-194.

WILLIAMS, Raymond. **Television: technology and cultural form**. Londres: Routledge, 2003
_____. **Cultura e sociedade**. Petrópolis: Vozes, 2011