

Teleaudiovisualidades dos debates eleitorais para presidente¹

SILVA, Amaury²
MONTAÑO, Sonia³

UNISINOS – Universidade do Vale do Rio dos Sinos
São Leopoldo/RS

RESUMO

O presente artigo busca compreender os debates eleitorais televisivos para presidente, observando o último debate eleitoral da TV Globo no primeiro turno de 2018. Sob a lógica conceitual das teleaudiovisualidades, pensamos os debates televisivos na sua complexidade em rede, com os diversos sujeitos que participam dessa grande montagem. A metodologia das molduras (KILPP, 2010), nos ajuda a perceber os debates como um construto que através de territórios de experiência e significação dão determinados sentidos ao objeto em questão. Esses sentidos são ora reafirmados, ora tensionados pelas reapropriações das imagens televisivas realizadas pelos usuários das redes sociais.

PALAVRAS-CHAVE: tecnocultura; debates; teleaudiovisualidades; contemporâneo.

INTRODUÇÃO

Ao se propor uma reflexão sobre a TV e os mundos televisivos é imprescindível se considerar como centrais as relações entre a técnica e a cultura. No universo das audiovisualidades, as “materialidades midiáticas”, entendidas a partir de suas “técnicas e estéticas” segundo Fischer (2013), incorporam um pertencimento da cultura. A manutenção de um viés tecnocultural na pesquisa comunicacional, operando sobre as investigações técnicas e estéticas audiovisuais, é percebida por Fischer (2013) como um desafio necessário.

Sob essa perspectiva quanto aos debates eleitorais na TV, queremos refletir aqui sobre o último debate televisivo do primeiro turno para as Eleições Presidenciais de

¹ Trabalho apresentado no GP Estudos de Televisão e Televisualidades, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da UNISINOS, e-mail: amaurysilva611@gmail.com

³ Doutora em Comunicação. Professora do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da UNISINOS, e-mail: soniam@unisinors.br

2018 no Brasil, exibido pela TV Globo no dia 05/10/2018. Observando esse debate, olhamos para ele como um construto televisivo (KILPP, 2010) e tentamos, a modo de apontamentos iniciais, ajudados por algumas metodologias apresentadas na sequência, compreender os sentidos dados àquele como ‘materialidade midiática’ sob a lógica e o regime da tecnocultura. Para esse apontamento, deve se pensar uma elaboração quanto à imagem técnica televisiva (FLUSSER, 2002) na ótica tecnocultural que exige considerar os impactos de atualização no regime do audiovisual com a concepção da comunicação em rede e a articulação da TV com outras mídias.

As mudanças de paradigma que aproximam os campos social e comunicacional permitem que a locução de (CASTELLS, 1999), ao compreender como sociedade interativa uma nova lógica cultural da mídia de massa, seja associada como padrão de referência ao fenômeno da interação no universo tecnocultural, onde está situada a TV nos modos como se atualiza contemporaneamente. Da galáxia Gutemberg à galáxia McLuhan, até as diversas expressões das mídias contemporâneas, os caminhos das teleaudiovisualidades permanecem em intermitente construção. Isso porque, como veremos a seguir, o conceito de teleaudiovisualidades (KILPP, 2018) e, antes dele, o conceito de audiovisualidades que caminha num sentido muito semelhante, resgatam de Eisenstein (2002) o conceito de cinematismo, no qual ele defendia que todas as artes estavam presentes no cinema, assim como muitas artes eram “cinematográficas”, mesmo que o cinema tenha se constituído posteriormente a elas. Ou seja, há um princípio de montagem tão próprio do audiovisual que está presente na cultura de forma geral. Por isso, podemos ver a televisão dentro do que classicamente chamamos de televisão, mas também fora dela, seguindo os mesmos princípios de montagem. Haveria uma qualidade da montagem televisiva que pode ser percebida em outros contextos, inclusive midiáticos, como o jornal, o cinema, o rádio e as mídias contemporâneas.

Sob essa linha da tecnocultura é que se estabelece a proposição do parâmetro conceitual das teleaudiovisualidades, segundo Kilpp (2018), sendo aqui apropriado para explicar a lógica e o procedimento de atualização dos debates eleitorais no atual estágio da técnica. A própria autora definiu em outros momentos essa mesma qualidade com o nome de televisualidades, principalmente para pensar o televisivo na *Internet*. No decorrer das suas obras optou pelo termo teleaudiovisualidades por perceber que os conteúdos televisivos para a *Internet* reclamam uma ênfase ao som que acompanha as imagens televisivas, desdobrando em uma compreensão mais completa de

audiovisualidades, pois o som da mensagem audiovisual é tão importante quanto a imagem na montagem e na construção de sentidos que emergem dela.

Nesse contexto, as teleaudiovisualidades compõem a base de uma perspectiva atual e compatível com estágio da técnica, necessária para se compreender o fenômeno da segunda tela e as relações com o propriamente televisivo. Essa perspectiva nos ajuda a entender que a comunicação da TV consiste em criar mundos televisivos. Essa afirmação que parece tão simples, na prática não é nada óbvia, já que direciona nosso olhar para compreender que mundos são esses e como a TV os cria dentro e fora dela. Para Kilpp (2010), os mundos estabelecidos pela televisão têm origem em imaginários que são compartilhados com os de outros mundos. Como exemplo podemos citar o fato de a TV mostrar a imagem de um candidato e culturalmente tenhamos uma ideia do que seja um candidato. Reconhecemos que se trata de imaginários minimamente compartilhados, mas a natureza desses candidatos é de ordem bem diferente: um parte da experiência cotidiana (atravessada sempre pelas mídias), e a outra é uma construção televisiva por meio de técnicas e estéticas específicas com as quais se constroem os mundos televisivos. Para um observador desavisado, a TV mostra o mundo, ela própria se enuncia com essa função e invisibiliza seus procedimentos.

Kilpp (2010, p. 104) esclarece: “É com vistas a esses tempos de TV que se discutiu o realismo das imagens, um realismo enunciado pelas emissoras, uma estética, um construto: uma *ethicidade*”.⁴ Ou seja, a autora destaca e destacamos com ela, certa forma da televisão se dizer a si própria como realista, certa janela para o mundo, sem interferências, mas a TV é uma janela para si própria, para seus mundos, que insistimos, são minimamente compartilhados com outros mundos que nela se dão a ver como a política, a ciência, etc. Principalmente ao pensarmos os debates eleitorais, a TV se enuncia como essa janela para os candidatos, quando na verdade são construtos de candidatos, construtos de eleições, construtos de brasilidade, etc. Mundos televisivos, então, são construções com suas próprias lógicas, técnicas e conceitos.

4 As *ethicidades* designam subjetividades virtuais (as durações, personas, objetos, fatos e acontecimentos que a televisão dá a ver como tais, mas que são, na verdade, construções televisivas), cujos sentidos identitários (éticos e estéticos) são agenciados num mix de molduras e moldurações de imagens; no qual, nas metrópoles comunicacionais, a televisão tem um papel importante. Aqui, - molduração remete aos procedimentos de ordem técnica e estética que realizam certas montagens no interior das molduras e - emolduramento passa a se referir ao agenciamento dos sentidos. (KILPP, 2003, p. 33)

A TV E O ESTÁGIO ATUAL DA TÉCNICA: *MULTISCREEN*, *SECOND SCREEN* E TV SOCIAL

Não há indícios de que se esteja em curso iniciado uma mutação quanto à função ou finalidade da TV. As multiplicidades midiáticas que se movimentam no universo tecnocultural é que são responsáveis por uma topografia diversa para a TV, e desse arranjo podem ser extraídas significativas projeções para as audiovisualidades, como o entendimento de que a TV não é construída para si mesma, não age sozinha e se insere em uma rota dinâmica de atualização em e com outras mídias.

O processo de comunicação depende das condições e características de cada meio, o que já era alertado por Benjamin (2000), valorizando a necessidade de entender a representação de cada meio, compreendendo a interface, para se chegar à construção e à representação do sentido. Todo o regime estrutural da construção está vocacionado a serviço da implementação do sentido na mensagem, resultando em uma coesão. A tela da TV é um desses elementos contidos no dispositivo e indissociável na construção da mensagem, do sentido. Com a multiplicação de dispositivos multimídias, como *smartphones*, *smarttvs*, etc, a TV e mais propriamente o televisivo é mobilizado pela amplitude de significação.

De acordo com Rodrigues (2014), as expressões *Multiscreen*, *Second Screen* e TV Social passaram a ser articuladas no meio acadêmico e comercial em razão da popularização nas vendas e utilização dos aparelhos *smartphones* e *tablets*. Aquelas expressões, embora apresentem distinções entre si, são referidas e empregadas com o mesmo sentido e significado. Esclarece a mencionada autora que o *multiscreen* se refere mais proximamente à plataforma física, sem a ideia inicial de que a mensagem veiculada seja consumida em várias frentes.

Ao definir a segunda tela, Rodrigues (2014) aciona a incidência de duas telas, com a vinculação proposital da mensagem que é apresentada em uma plataforma que se pode considerar central e outra em uma plataforma secundária. Com isso, desenha-se o aparato do dispositivo que se conecta à *Internet* e que é acionado e utilizado, paralelamente à TV, sucedendo o comportamento do usuário no consumo de itens complementares, propiciando a reverberação dos conteúdos e os liames sociais pela interação com outros espectadores/usuários.

Sintetiza Rodrigues (2014) a explicação, fornecendo exemplos de apresentadores que convocam o telespectador à publicação de *tweets* com a utilização de *hashtag* oficial para exibição durante o programa televisivo. As tarefas ou atividades simultâneas de assistir à TV e atuar na rede social como o ato de tuitar incorporam um único significado, autenticando para o telespectador/usuário a legitimidade autorizativa da emissora quanto à sua participação. Em síntese, conforme destaca Rodrigues (2014), o *Twitter* na hipótese é uma plataforma da *web* secundária, capitaneada pela produção do programa televisivo, para integrar a exibição.

A TV Social como outra vertente para a definição do fenômeno da segunda tela é considerada sob um viés sociológico, com a ecologia formada pela interação entre os espectadores, na relação de uns para com os outros e entre aqueles e o programa exibido pela emissora de TV. Esse construto televisivo, que, na perspectiva de Lévy (1999) era pensado de modo geral como comunidades de conhecimento ou *coviewing* que implicam na inteligência coletiva, tem sido incorporada de modo muito rápido e acentuado nas atrações dos programas de TV. Pensando arqueologicamente, podemos lembrar formas semelhantes que construía-se como interatividade, embora construídos com outras técnicas e estéticas. É o caso do programa *Você Decide*, da TV Globo, com a exibição de 323 episódios entre 08/04/1992 a 17/08/2000.⁵ A interatividade com o público se enunciava com a possibilidade de o telespectador escolher o final da história (entre dois possíveis) por meio de uma ligação telefônica. Um quadro com o placar das escolhas em tempo real era exibido na tela, mostrando a evolução das opções. Estas molduras davam sentidos específicos a uma “interatividade” que depois foi adquirindo outros sentidos na mesma televisão. Também podemos pensar na multiplicação de *reality shows* em que a interatividade é um construto que está presente em diversas molduras, principalmente no voto do telespectador pela *Internet* (no início era pelo telefone) para eliminar um participante. Reparemos aqui que há uma ressignificação do voto, algo que no imaginário cultural e político tem sentidos diversos, reciclados e tensionados nesses programas.

TWITTER E SEGUNDA TELA

5 VOCÊ decide. Memória Globo. São Paulo: Globo, [2013?]. Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/mobile/mostras/voce-decide-25-anos/voce-decide-25-anos.htm>>.

O início das atividades do *Twitter* como rede social ocorreu os EUA no ano de 2006. De acordo com Canatta (2014), o Brasil é o país que ostenta o segundo lugar, atrás dos EUA, em número de contas ativas, que na época girava em torno de 41 milhões. Ainda segundo o mencionado autor, o *microblog* autoriza os seus usuários a fazerem comentários por intermédio de posts sobre fatos cotidianos, respeitando-se o limite de 140 caracteres para cada mensagem, intitulada como *tweet*. Posteriormente, a empresa liberou mensagens de até 280 caracteres.

Para Recuero (2009), o *Twitter* se configura como uma rede social emergente, com as trocas sociais que eclodem nas conexões entre os nós, a partir da interatividade que é criada por intermédio da máquina.

Esse quadro é sintomático de uma postura das redes sociais no sentido de uma busca por estabilidade como plataforma de segunda tela, o que é uma via de mão dupla, quando se cogita do interesse das emissoras de TV em se afiançarem como inseridas na perspectiva comunicacional que cria outros sentidos para a experiência interativa. Mas nos interessa mais o fato de uma audiovisualidade em duas telas do que o conteúdo que relaciona a TV e o *Twitter*. Há uma mobilização no compartilhamento das mensagens, que significa colocar o programa televisivo em pauta, ou melhor, atualizar já não mais a TV, e sim as teleaudiovisualidades que emergem entre estas mídias, com a participação de dispositivos programados (*hardwares* e *softwares*) e usuários. O usuário é um espectador que se torna simultaneamente um editor ao se apropriar do televisivo em novos fluxos com uma frase, uma intervenção na imagem, uma relação outra que não estava presente nas montagens televisivas. As teleaudiovisualidades que pensamos aqui, então, se referem a um fluxo denso que acontece entre a TV e as mídias sociais como tempos simultâneos, como um único fluxo ou uma grande montagem operada pelas instituições que montam a TV e as interfaces das redes, mas também pelo usuário que se apropria de ambas, entrando nesse fluxo para intervir nele. Pensando nessa perspectiva, já não são mais duas telas, e menos ainda um mesmo conteúdo que “nasce” na TV e “migra” para as redes. Trata-se de uma temporalidade simultânea, uma grande montagem em que televisão, redes e usuários mediados por *software* e *hardwares* compõem um grande audiovisual em que uns tensionam nos outros. As teleaudiovisualidades acontecem entre esses três sujeitos (TV, redes e usuários) e em cada um deles há rastros dos outros.

Em relação aos debates eleitorais televisivos em eleições presidenciais brasileiras, no ano de 2018 as emissoras de TV, incluíram no próprio programa televisivo algumas referências que funcionam como territórios de significação (molduras) das redes sociais com as que estabeleceram, inclusive, parcerias mencionadas nos inícios dos debates.

Buscamos como exemplo o debate realizado pela TV Gazeta, em parceria com o jornal Estadão, Jovem Pan e a rede social *Twitter*. A transmissão foi estendida para o *Twitter* do jornal e os candidatos responderam alguns questionamentos formulados por internautas pelo *Twitter*, quadros que compuseram o último bloco do debate exibido na TV. O acompanhamento do debate pôde ser feito pela *hashtag* #GazetaEstadaoJP.⁶

Há uma mobilização no compartilhamento das mensagens que significa colocar o programa televisivo em pauta com a repercussão de que os interatores assumem um *plus* na articulação, inventam, inauguram, reinventam e movimentam fluxos que em razão da inteligência coletiva, mas também dos próprios interesses e competências técnicas de cada um (emolduramentos), adquirem uma relevância que não se considerava no modelo tradicional de se fazer TV. Essas teleaudiovisualidades dos debates eleitorais estão, assim, dando sentidos às emissoras (sentidos que, rapidamente, poderíamos pensar como emissoras atualizadas com as novas tecnologias, presentes por meio delas nos recantos domiciliares, acompanhando quase que como cada futuro eleitor vai reagindo a cada frase do candidato), às próprias redes (como extensões da TV, como as que chegam mais próximas dos cidadãos porque estão na ponta de seus dedos) e dando sentidos ao usuário (como aquele protagonista que por ter um *smartphone* na ponta dos dedos e estar acompanhando uma emissora pode interferir no curso da democracia). É claro que estes sentidos tão rapidamente cogitados mereceriam uma descrição das imagens para ser aprofundados. Faremos uma experiência logo a seguir, ao abordar as imagens do último debate do primeiro turno exibido pela Rede Globo.

O TELEVISIVO E O POLÍTICO

⁶ CALEGARI, Luiza. Como assistir ao debate presidencial de Estadão e TV Gazeta. Revista Exame. Brasil, 9 set. 2018. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/brasil/como-assistir-ao-debate-presidencial-de-estadao-e-tv-gazeta/>>. Acesso em 10 mar. 2019

A gênese dos debates eleitorais televisivos em um panorama mundial remonta à década de 1960, nos EUA. A emissora de televisão norte-americana CBS foi a responsável pela façanha, conforme Neto (2012), ao realizar e transmitir um debate televisivo entre os candidatos que disputavam a Presidência da República exatamente no dia 26/09/1960, pondo-se em confronto o candidato pelo Partido Democrata (John Kennedy), que na época era Senador, e o então Vice-Presidente pelo Partido Republicano (Richard Nixon).

Desde esse marco, a TV passa a ter uma substancial e destacada posição na política, alcançando um verdadeiro protagonismo que na atualidade é dividido com as redes sociais e o fenômeno da segunda tela na audiência e a relação de ambas as telas com o espectador/usuário. O evento pioneiro mereceu de McLuhan (1964) uma análise que transcendeu os parâmetros comuns do discurso oral (conteúdo) e dados quantitativos da audiência, concentrando-se na natureza da imagem televisiva. Como decisivo fundamento analítico, McLuhan (1964) define a TV como um meio frio, isto é, tem a capacidade de envolvimento do telespectador e permite a ativa participação dele.

Essa característica da TV seria o motivo determinante do triunfo no desempenho do candidato Kennedy sobre Nixon. Para McLuhan (1964) a imagem de Nixon seria recortada (ou significada), sugerindo a seriedade de um advogado que assina contratos contra interesses de uma pequena comunidade, ansioso; e, Kennedy, impregnado por um aspecto impreciso e áspero, como quem assume o posto de herói, descontraído.

Para o autor, assim como a TV muda a performance dos jogadores de futebol, que com a transmissão passam a se ver e jogar para as telas, com a política acontece algo semelhante. McLuhan (1964) ajusta uma linha de aceitação para a imagem da personalidade na TV: se a aparência denuncia o modo de ser, uma classificação, um status, inaugura-se uma incompatibilidade televisiva, mas o tipo indicado para a TV seria aquele versátil, plural e capaz de variedades. A natureza técnica da TV é um processo que deve ser completado e sua natureza cultural vai na mesma direção. No que diz respeito à sua natureza, a imagem de TV surgiu como algo a ser completado por um alto grau de envolvimento do telespectador. “A luz que atravessa um anteparo forma uma imagem de três milhões de pontos por segundo, (imagem-chuveiro). O telespectador, ao recebê-los, capta algumas poucas dúzias, com as quais forma uma imagem” (MCLUHAN, 1964, p 352). O autor atribui a esse fato a criação de uma participação convulsiva e sensorial por parte do espectador. “Com a TV, o *western*

adquiriu nova importância, pois o seu tema é sempre ‘vamos erguer uma cidade’. A audiência participa da formação e do processamento de uma comunidade a partir de reduzidos e modestos componentes”. Para o autor, a imagem de TV gera formas de inter-relação do tipo “faça você mesmo”. Essa característica a consideramos uma qualidade audiovisual que as mídias contemporâneas exploram (e enunciam) numa escala bem maior que a televisão.

Assim, os debates eleitorais como componentes da programação devem ser considerados como afetados pela nova lógica dos mundos televisivos, que no regime das audiovisuais/teleaudiovisuais se constrói simultaneamente entre telas e usuário. É nessa perspectiva que olhamos para a campanha eleitoral brasileira de 2018 na TV e nas redes sociais, nos modos como uma comparece na outra e ambas constroem sentidos para o debate eleitoral de presidente e para as mídias contemporâneas.

A PERSPECTIVA METODOLÓGICA DO CONTEMPORÂNEO

Ao refletirmos sobre o fenômeno do debate como um construto, uma ethicidade, que entre outras molduras passa pela TV e pela chamada segunda tela ou TV Social e pelo usuário, a perspectiva contemporânea, conforme entendida por Agamben (2009), se tornou particularmente produtiva para nossos objetivos. O conjunto dos debates eleitorais e o conjunto da Rede Globo e da televisão estão presentes nas teleaudiovisuais do debate de 2018. Explicamos essa afirmação radical com o próprio autor. Para Agamben (2009), o contemporâneo é o que resulta da adoção de uma singular relação com o tempo, que passa pela adesão e o distanciamento desse tempo, sob o signo da intempetividade.

Essa reflexão inscreve a contemporaneidade como um apontamento especial entre o sujeito e o tempo, uma forma de ver e tratar o tempo, passando por uma aderência e uma distância. Os olhares são fixados no tempo presente para a percepção expansiva de outros tempos, mais ocultos, de difícil visibilidade. Agamben (2009) não vincula essa ideia exclusivamente ao parâmetro cronológico, mas alude a uma permanência sequencial, desde uma gênese. Com o conceito agambenista da contemporaneidade nos é permitido ver as diversas temporalidades que sempre estão inscritas nesta época, seja ela qual for. Por exemplo, a presença de um apresentador, no

caso, William Bonner, comandando o último debate, nos autoriza a entender os sentidos que ele dá ao debate ao vermos os outros debates por ele apresentados e o programa no qual ele emerge como construto televisivo.

Chamamos de debate televisivo algo que transcende o debate na TV, uma simultaneidade de imagens técnicas que constroem e molduram essa ethicidade mediada e moldurada por diversos *softwares* e *hardwares*. Ou se pensarmos no construto “candidato” que aparece no debate, não temos como ignorar esse construto que passa por um tensionamento de sentidos entre a propaganda gratuita eleitoral, os modos como os próprios adversários o constroem nos seus espaços televisivos, as redes e os perfis do candidato e seus fãs, e um longo et cetera. Cabe ao pesquisador arqueólogo perceber o contemporâneo que nem sempre está numa temporalidade pensada como passado e nem sempre está na televisão, mas também está em ambas.

O DEBATE ELEITORAL NAS ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS DE 2018

Embora até aqui utilizemos os conceitos de molduras, ethicidades e imaginários, devemos voltar a eles para explicar os procedimentos metodológicos que nos permitem ver as imagens do debate com um olhar contemporâneo e compreender os sentidos dados nas montagens.

A metodologia das molduras, proposta por Kilpp (2010), se constrói com um conjunto de autores e perspectivas como duração e memória propostos por Bergson (1999) e imagicidade e cinematismo propostos por Eisenstein (2002). A metodologia permite passar do audiovisual às audiovisualidades (no nosso caso às teleaudiovisualidades). Em sua processualidade, a metodologia parte da dissecação de imagens nas quais encontramos molduras discretas que são próprias de cada mídia, que é quando se dão a ver as montagens, os enquadramentos e os efeitos de sentido. As molduras são quadros e territórios de experiência e significação de construtos midiáticos (as ethicidades), cujo sentido último é agenciado por conta dos imaginários minimamente compartilhados entre todos os partícipes de processos comunicacionais (no nosso caso a TV, as segundas telas e os usuários mediados por *hardwares* e *softwares*). Utilizamos da cartografia e posterior dissecação para identificar molduras que comparecem ao debate televisivo da TV como territórios de experiência e significação.

Pelas características deste artigo poderemos apontar uma das molduras mais sólidas que vemos na construção do debate eleitoral televisivo para presidente. Na tese da qual esse artigo é um recorte, consideramos os mais diversos territórios de significação e como uns tensionam os outros para emergir deles sentidos extremamente tensos, múltiplos e contraditórios para o debate eleitoral a presidente e todos os territórios de sentido que esse conceito abrange técnica e culturalmente. Percebemos aqui a moldura apresentador, própria de todos os debates televisivos e, principalmente no caso da Rede Globo, repete-se o mesmo apresentador desde o debate de 2002.

Figura 1. Moldura apresentador. Debate 2018



Fonte: Portal G1, 2018

A figura 1 nos mostra a centralidade do apresentador William Bonner. Em termos de construção de sentido, ele é o mediador, aquele que está no meio da arena estabelecendo regras e cuidando que elas sejam cumpridas com toda a reciclagem de sentidos que traz um mediador/juiz no meio de um confronto: desde imaginários de lutas a imaginários jurídicos e mediáticos (quantos seriados policiais colocam o juiz, o advogado, o policial no meio de uma arena caótica que deve ser organizada e, se for o caso, punida). Por outro lado, a moldura William Bonner, nesta continuidade em todos os debates eleitorais adquire sentidos institucionais: ele seria a Rede Globo num certo exercício de cidadania que torna possível às audiências conhecer a proposta dos candidatos e fazer suas escolhas. Os territórios de significação nos autorizam a nos perguntar por que Bonner e não outro apresentador ou apresentadora, a moldura Angélica, por exemplo, ou a moldura Renato Aragão, ambos relacionados a programas da emissora de variedades no primeiro caso, e de humor no segundo? Aí que percebemos contemporaneamente os sentidos que Bonner dá ao debate porque, antes disso, foram dados a ele ao longo da história da emissora numa outra moldura, a do Jornal Nacional.

Figura 2. Bancada sem Bonner no JN de 2018.



Fonte: YouTube, 2018

Figura 3. Bancada sem Bonner no JN de 2002.



Fonte: YouTube, 2018.

O construto William Bonner, moldurado pelo Jornal Nacional e este pelo padrão técnico e estético da emissora, dá sentidos específicos ao debate eleitoral. Pensemos um pouco nesta afirmação: a Globo moldura todos os seus produtos com o que chama de Padrão Globo de Qualidade, um padrão técnico e estético com características de alta tecnologia e de uma estética *clean*. Em contraposição a outras emissoras, a Globo cria seus mundos televisivos “limpos”, “bem comportados”, dirigidos a uma classe média, embora busque a audiência de todas as classes. A própria emissora se construiu ao longo dos anos com sentidos de brasilidade, claro, um Brasil *clean*, narrando a nossa história em diversas minisséries, narrando o Brasil do dia a dia em seus telejornais. Por outro lado, o Jornal Nacional como território de significação, vem se construindo desde 1969 como o produto mais importante da emissora, junto com a novela que lhe segue. Portanto, e por uma série de molduras que não conseguiremos comentar aqui, William Bonner é moldurado como um profissional sério, experiente, que sabe o que acontece no mundo e o olha desde uma distância tal que lhe garantiria uma certa “neutralidade”, uma certa busca da verdade além de qualquer interesse, entre os imaginários de jornalismo que o Jornal Nacional recicla e atribui ao apresentador. Na figura 2, vemos o Jornal Nacional do mesmo dia do debate em questão, mas se apresenta um certo ruído. Só um dos apresentadores está em cena, e do lado há um espaço vazio. Vemos que essa

mesma montagem se repetiu em Jornais Nacionais anteriores aos debates, como o de 2002 (figura 3). O lugar vazio suscita uma pergunta sobre o jornalista, mas também sobre todos os sentidos dados a ele nesse construto televisivo. Onde está William Bonner, isto é, onde está a imparcialidade, a neutralidade, a busca da verdade, o fiscal das instituições governamentais e do bem comum? Saberemos de imediato pela sua parceira que ele está no debate, se preparando e apresentando o cenário, outro território de significação. Na sequência entram dois espaços tornando a tela uma heterotopia apresentada em tela dividida: os estúdios do Jornal Nacional e o cenário do debate eleitoral. As relações de sentidos entre ambos os programas assim montados nos fazem pensar nos modos em que um moldura o outro.

Figura 4. No *Twitter*, a moldura apresentador nas redes



Fonte: Twitter. 2018

Por último, na figura 4, pensando ainda a moldura apresentador, vemos como ela é tensionada com uma multiplicação de sentidos. Neste caso, o perfil que dá o nome de “Luiz Ricardo Ricko”, insere o apresentador sugerindo que ele seria o mais interessante dos candidatos, incluindo um *emoji* que chora, moldura muito própria das redes, que parece indicar uma certa construção apocalíptica de que nenhum candidato chegaria a poder ser levado a sério. Nestas montagens as imagens mais compartilhadas são os erros e esquecimentos do apresentador ou momentos de diálogo tensos com os candidatos. O apresentador também é montado com diversas falas que vão desde suas relações familiares ao diálogo com o quadro inferior que contém a tradutora em libras. A

descontextualização das montagens feitas por usuários colocam vizinhanças outras às imagens televisivas que reforçam ou tensionam os sentidos dados na moldura emissora.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O televisivo no estágio da técnica atual nos demanda alargar nosso olhar e vermos como está presente entre mídias teleaudiovisualidades que se tornam possíveis por uma característica muito pensada por Bauman (2004): a relevância da conectividade. “Estando com o seu celular, você nunca está *fora* ou *longe*. Encontra-se sempre dentro – mas jamais trancado em um lugar” (BAUMAN, 2004, p. 78). Essa conectividade não simplesmente podemos vê-la nas interferências feitas pelos usuários que criam novas imagens ou simplesmente veem de outras formas as imagens criadas pela TV ou por outros usuários, essa conectividade comparece no programa televisivo. Os dispositivos de ler em tempo real as imagens ou frases que mais repercutem nas redes, assim como as parcerias com as empresas ponto com das emissoras que comparecem dentro do programa e fora do programa são algumas pistas para conhecer as teleaudiovisualidades dos debates para presidente.

As molduras como territórios de experiência e significação nos levariam ainda a pensar na construção do candidato dentro e fora do programa, a construção do próprio construto “presidente”, do próprio construto “Brasil”, assim como os sentidos do global e o local no qual ele se insere. Contudo, as teleaudiovisualidades do debate eleitoral oferecem molduras que são principalmente territórios de significação para a própria TV e para o estágio atual das imagens contemporâneas. A pesquisa em Comunicação é constantemente desafiada por estes tipos de construtos e os imaginários que eles reciclam, a não se enganar analisando os conteúdos e sim perceber como são inaugurados outros territórios que nos familiarizam com outras imagens, outras técnicas e estéticas para ver o mundo enquanto achamos que simplesmente estamos assistindo a um debate.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGAMBEN, Giorgio. **O que é o contemporâneo?** – e outros ensaios. Chapecó: Argos. Editora Unochapecó, 2009.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica. In: ADORNO et al. **Teoria da cultura de massa**. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

CALEGARI, Luiza. Como assistir ao debate presidencial de Estadão e TV Gazeta. **Exame**. Brasil, 9 set. 2018. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/brasil/como-assistir-ao-debate-presidencial-de-estadao-e-tv-gazeta/>>. Acesso em 10 mar. 2019.

CANATTA, Fábio. **Tv e segunda tela: uma análise do horário nobre no Twitter**. (125 f.) - Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Faculdade de Comunicação Social, Porto Alegre: PUCRS, 2014.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

EISENSTEIN, Sergei. **A forma do filme**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

FISCHER, Gustavo Daudt. Tecnocultura: aproximações conceituais e pistas para pensar as audiovisualidades. In KILLP, Suzana.; FISCHER, Gustavo Daudt. (Orgs.). **Para entender as imagens: como ver o que nos olha**. Porto Alegre: Entremeios, 2013.

FLUSSER, Vilém. **Filosofia da caixa preta: ensaios para uma futura filosofia da fotografia**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002 .

KILPP, Suzana. **A traição das imagens: espelhos, câmeras e imagens especulares em reality shows**. Porto Alegre: Entremeios, 2010.

_____. **Imagem-duração e teleaudiovisualidades na internet**. Curitiba: Appris, 2018.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem** (*Understanding media*). São Paulo, Editora Cultrix .

NETO, W. (2012). A construção do primeiro debate presidencial dos Estados Unidos. **Revista Oficina do Historiador**. EDIPUCRS, v. 5, n. 2, jul./dez, pp. 145-159.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RODRIGUES, Daniele Cristine. **A produção de sentido na convergência entre televisão e segunda tela**. São Paulo: 2014, dissertação, USP, 2014.

VOCÊ decide. Memória Globo. São Paulo: Globo, [2013?]. Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/mobile/mostras/voce-decide-25-anos/voce-decide-25-anos.htm>>. Acesso em: 10 mar. 2019.