

ALGUMAS REFLEXÕES METODOLÓGICAS SOBRE A RECEPÇÃO TELEVISIVA TRANSMÍDIA

Maria Immacolata Vassallo de Lopes

Professora titular da Escola de Comunicações e Artes da ECA-USP.

Nos atuais estudos de televisão, um traço comum e permanente, e por isso, talvez o mais importante, tem sido a preocupação com o grau e o modo de participação das audiências diante das mensagens emitidas. Retendo a dimensão comunicacional desses estudos, é possível afirmar que em países como o nosso, de modernização tardia e excludente, o que interessa não é apenas identificar e descrever (repetidamente) as dinâmicas dessa participação, mas propiciar meios para ampliá-la e qualificá-la com vistas a uma cidadania mais abrangente.

Para perseguirmos esse objetivo, torna-se imprescindível ajustar o foco dos “television studies” com o presente da “sociedade de rede” (Castells) e sua “ecologia dos meios” (Postman). Nela, é possível destacar, em princípio, dois momentos nas relações da audiência com a televisão: antes e após a entrada da participação do receptor nos processos que incentivam a transmídiação e a interatividade.

1. Estudos de recepção e novas mediações

Nos dias que correm, porém, esse cenário passa a alcançar outro patamar de trânsito, já que *a tela está em toda parte* e pode ser levada com cada usuário-internauta para onde quer que seja. E essas telas são muitas: estão no celular, na TV, no computador, nos *games*, no cinema, na memória. Assim, elas permitem o surgimento de uma nova ambiência, um “sensório envolvente”, que está em todo lugar a todo tempo.¹

Esse caráter complementa as novas construções de identidade, *novos sensórios* (no sentido apresentado por

Benjamin), que se formam a partir dessa realidade modificada tecnologicamente e produzem, por meio das também *novas mediações digitais*, outros meios de ser e estar na sociedade, conforme Martín-Barbero:

Essa reconfiguração encontra seu mais decisivo cenário na formação de um novo sensorium: frente à dispersão e à imagem múltipla que, segundo Benjamin, conectavam “as modificações do aparelho perceptivo do transeunte no tráfego da grande cidade”, do tempo de Baudelaire, com a experiência do espectador de cinema, os dispositivos que agora conectam a estrutura comunicativa da televisão com as chaves que ordenam a nova cidade são outros: a fragmentação e o fluxo. (1998: 64)

É possível transportar essa idéia desenvolvida acerca dos meios tradicionais para a lógica da sociedade em rede multiconectada que traz, especialmente por meio do uso do computador e do celular, o acesso às novas mídias digitais que, na ficção televisiva, se materializam na TV digital, na TV pela internet, na convergência midiática, enfim. Novas formas de práticas e novos tipos de relações sociais emergiram por meio do desenvolvimento dos meios de comunicação, permitindo novos modos de interação.

Há pouco tempo restrito às classes socioeconômicas privilegiadas, esse mundo digital chega aos que têm menor poder aquisitivo e cria massa de consumo para essas tecnologias. Dentre outros fatores, isso decorre muito especialmente da *competitividade tecnológica* e dos usos da *tecnicidade* (Martín-Barbero; Rey, 2001) por onde passa hoje em grande medida a capacidade de inovar e de criar. Porque, de acordo em esse autor, a tecnicidade é menos assunto de aparatos que de *operadores perceptivos e destrezas discursivas*. Trata-se de *uma tecnicidade cognitiva*

¹ Essa ambiência tem sido designada de diversas formas, como por exemplo, *entorno tecnocomunicativo* (Martín-Barbero), *bios midiático* (Muniz Sodré), *terceiro entorno* (Javier Echeverría).

e criativa (Scolari, 2004). Confundir a comunicação com as técnicas e os meios, resulta tão deformador como pensar que eles sejam exteriores e acessórios à comunicação.

A estratégica *mediação da tecnicidade* se coloca atualmente em um novo cenário, o da globalização, e em sua conversão em *conector universal do global* (Milton Santos). Isso se dá não só no espaço das redes informáticas como também na *conexão* dos meios – televisão e telefone – com o computador, restabelecendo aceleradamente a relação dos discursos públicos e os relatos (gêneros) midiáticos com os formatos industriais e os textos virtuais. As perguntas abertas pela *tecnicidade* apontam então ao novo estatuto social da técnica, ao restabelecimento do sentido do discurso e da praxis política e ao novo estatuto da cultura e da estética.

De fato, não se trata simplesmente do envio de mensagens através de máquinas ou do trânsito de códigos em nível global, mas também da penetração em mundos simulados e da criação de ambientes em realidades virtuais, da criação de outras narrativas. Além disso, a relação entre o indivíduo e a máquina não ocorre de modo único e particular, mas numa interação comunitária, em rede. Os indivíduos interagem, influenciam-se reciprocamente, negociam no marco destas redes.

A esse conjunto de inteligências reunidas, Lévy (2003: 28) define como *inteligência coletiva*, “uma inteligência distribuída por toda parte, incessantemente valorizada, coordenada em tempo real, que resulta em uma mobilização efetiva das competências.” Isso poderia explicar a fascinação que exercem as interfaces, como a televisão e as demais telas, sobre os receptores, ainda segundo Lévy:

Sou captado pela tela, a página, ou o telefone, sou aspirado para dentro de uma rede de livros, enganchado a meu computador. A armadilha fechou-se, as conexões com meus módulos sensoriais estão estreitas a ponto de fazer-me esquecer o dispositivo material e sentir-me cativado apenas pelas interfaces que estão na interface: frases, história, imagem, música. Mas, inversamente, a interface contribui para definir outros modos de captura da informação oferecido aos atores da comunicação. Ela abre, fecha e orienta os domínios da significação, de utilizações possíveis de uma mídia. (2003: 180)

A essas ideias, Martín-Barbero e Rey (2001:184) complementam: “o questionamento das novas tecnologias de comunicação nos obriga, assim, a analisar os diferentes registros desde os quais elas estão remodelando as identidades culturais.”

A partir dessa perspectiva, podemos pensar que talvez nunca tenhamos acompanhado tão intenso fluxo de conteúdos que perpassam diferentes mídias e, reinventando-se a partir de cada uma delas, se tornam um pro-

duto passível de trânsito em todas elas como observamos no momento atual. Amplia-se, desse modo, a fluidez e a possibilidade de caminhos de múltiplas direções.

Neste breve apanhado fizemos uma reflexão que é de ordem epistemológica visto que incide sobre o *compreender a televisão*, dentro da perspectiva de mudança em que o cenário comunicativo vem sendo definido pela *transmidiação*. A reflexão que deve seguir é sobre o *investigar a recepção da televisão*, enfatizando igualmente as mudanças que nos parecem necessárias na reflexão metodológica da pesquisa de recepção em tempos de convergência dos meios, conteúdos e formatos (Ruddock, 2007).²

Temos manifestado preocupação constante com a metodologia empregada nas pesquisas de Comunicação, com referência particular à fragilidade metodológica das pesquisas empíricas (Lopes, 2010), demasiadamente preteridas pelo recurso ao ensaísmo na produção de conhecimento sobre as audiências; à uniformização do formato das pesquisas (o estudo de caso), à abordagem exclusivamente qualitativa; aos resultados mais descritivos que interpretativos; e, por fim, reconhecimento marginal da importância de seus aportes ao estado do conhecimento da recepção da televisão no campo da Comunicação.

2. A pesquisa de recepção da televisão e os novos meios: entre tradição e inovação

É possível dizer que entre nós os estudos da comunicação e dos meios ainda são praticamente monodisciplinares e monomidiáticos, salvo as exceções de sempre. Ademais, esses estudos, ao alcançar a comunicação digital interativa, passaram a ocupar-se com os “novos meios” e, como que passaram a decretar a morte dos “velhos meios”, suprimindo a atenção com o que está acontecendo com os meios massivos.³

Há, portanto, que se criticar modismos e dualismos e ter consciência de que investigar a complexidade que os estudos de recepção da televisão têm alcançado exige que se coloque na agenda de trabalho a releitura de teorias e conceitos à luz do cenário atual, acompanhada de um olhar acurado e crítico sobre as novas propostas de análise transmídia. Essa é a premissa epistemológica que norteia as considerações que se seguem.

2 Se bem que o binômio teoria-metodologia seja indissolúvel, esse autor muda a maneira de focar suas análises sobre os estudos de recepção, de modo a distinguir as tradições e correntes teóricas presentes nesses estudos dos problemas metodológicos envolvidos no trabalho de campo com a audiência, incluindo um projeto próprio de pesquisa com jovens e tecnologias.

3 São poucos os livros que confrontam **de forma transversal as mudanças que ocorrem nos meios massivos dentro do conjunto do ecossistema da comunicação como o de Carlón e Scolari (2009).**

3. A pesquisa de recepção da televisão e os usos das novas mídias

A nosso ver, o ambiente constituído pelos novos meios e pela transmídiação estende o escopo e a importância dos argumentos presentes na tese da “audiência ativa”. Se é assim, a multiplicação dos usos e a crescente interatividade fazem com que as pesquisas dos usos e da recepção dos meios, ainda considerados marginais no conjunto dos estudos de Comunicação, passem a ter uma oportunidade histórica de alcançar a condição de *mainstream*.

Audiências e usuários viabilizam-se como sendo muito ativos – seletivos, auto-dirigidos, produtores bem como receptores de textos. São também crescentemente plurais e múltiplos, ainda que diversos, fragmentados e individualizados. Se assim é, defendemos aqui a tese de que as categorias-chave – escolha, seleção, gosto, fans, intertextualidade, interatividade – que têm movido a pesquisa de recepção de televisão são *mais, e não menos* significativas no ambiente das novas mídias. Ao mesmo tempo, as agendas teórica e política dessas pesquisas alcançam uma relevância renovada, levantando questões relativas à globalização de conteúdos perniciosos, regulação da mídia, participação em cultura compartilhada, à argumentação informada e democrática, etc. O que queremos dizer é que o ambiente dos novos meios exige mais do que nunca o enfoque teórico e complexo das mediações na recepção de televisão, pautado por um protocolo multi-metodológico para sua pesquisa empírica.⁴

Diante das novas mídias, necessitamos de respostas a perguntas novas do tipo: como as pessoas seguem os caminhos do hipertexto? Isso acrescenta novas dimensões de escrita? Há novas práticas emergentes de leitura? São elas mais propensas a visões alternativas e inclusivas da diferença e da desigualdade? Em termos mais gerais, quais são as habilidades e práticas emergentes dos usuários das novas mídias? Como as pessoas fazem leituras variadas da *world wide web*? Que práticas envolvem o uso da web, e-mail, chat e assim por diante? Que competências ou letramentos estão desenvolvendo as pessoas?

A tradição da pesquisa de audiência ou de recepção da televisão, embora tenha adotado em geral uma abordagem mais cultural, revelou conexões paralelas entre as convenções da televisão e as estratégias de decodificação – os assistentes de telenovela, por exemplo, constroem compreensão dos personagens, dos enigmas sobre os segredos, antecipam o gancho, fazem suposições sobre o final de uma subtrama, lembram, a partir de eventos reais significativos, episódios passados, etc, tudo em

conformidade com as convenções do gênero (Lopes et al, 2002). Toda essa tradição está aí para ser mobilizada e inovada para o necessário envolvimento com a pesquisa na web, com as telas do computador e do celular, com as práticas dos jogos on-line.

No ambiente transmidiático parece que as pessoas se envolvem progressivamente com mais conteúdos do que com formatos ou canais – grupos musicais, telenovelas ou times de futebol favoritos, onde quer que se encontrem, em qualquer meio ou plataforma. Estudos de fãs tornam-se cada vez mais importantes à medida que as audiências se fragmentam e se diversificam. Quanto mais os meios se tornam mais interconectados, são os conteúdos que crescentemente interessam ao fã que passa a segui-los em toda as mídias, envolvendo-os perfeitamente também às suas comunicações face-a-face. Isso não quer dizer que a forma não seja importante. Nos estudos de televisão, o conceito de gênero tem sido fundamental para pensarmos a interação texto e leitor.

Segundo Livingstone (2004), os estudos de recepção que têm tido por base a vigorosa *metáfora texto-leitor* podem ser particularmente aptos para enfocar as novas interfaces tecnológicas e seus conteúdos. Certamente os textos dos novos meios colocam desafios específicos: eles são frequentemente de natureza multimodal, hipertextual e efêmera; mesclam produção e recepção e resultam no aparecimento de novos gêneros e facilitam a convergência de práticas que já foram distintas. Segue-se então a pergunta necessária: de que maneira o consolidado repertório conceitual da abordagem texto-leitor – com sua ênfase na abertura, indeterminação, endereçamento textual, modos interpretativos e leituras preferenciais – pode ajudar no desenvolvimento de uma análise integrada de textos das novas mídias e audiências televisivas? É o que se trata de testar através de pesquisas empíricas que se dediquem a explorações metodológicas inovadoras.

Referências

- CARLÓN, Mario e SCOLARI, Carlos (eds.). *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate*. Buenos Aires: La Crucía, 2009.
- LÉVY, Pierre. *A inteligência coletiva. Por uma antropologia do espaço*. São Paulo: Loyola, 2003.
- LIVINGSTONE, Sonia. The challenge of changing audiences : Or, what is the audience researcher to do in the age of the Internet? *European Journal of Communication* Vol 19(1): 75–86, 2004.
- LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. Reflexividade e relacionismo como questões epistemológicas na pesquisa empírica em Comunicação. In: BRAGA,

⁴ Um exemplo de protocolo multi-metodológico foi elaborado por nós para realizar uma pesquisa de recepção de telenovela (Lopes et al., 2002)

José Luiz; LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; MARTINO, Luiz Claudio (orgs.). *Pesquisa empírica em Comunicação*. São Paulo: Paulus, 2010.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de et al. *Vivendo com a telenovela. Mediações, recepção, teleficcionalidade*. São Paulo: Summus, 2002.

MARTÍN BARBERO, Jesús; REY, German. *Os exercícios do ver*. São Paulo: Ed. SENAC, 2001.

MARTÍN BARBERO, Jesús. Cidade virtual: novos cenários da comunicação.

Comunicação & Educação n.11, jan/abr, 1998.

RUDDOCK, Andy. *Investigating audiences*. London: Sage, 2007.

SCOLARI, Carlos. *Hacer clic. Hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales*. Barcelona: Gedisa, 2004.