

Introdução

O objetivo deste estudo é analisar o programa *Fantástico*, da TV Globo, como um produto de destaque no universo midiático brasileiro e interpretá-lo em diálogo com este momento de transformações sociais e culturais impulsionados pela emergência de tecnologias que aceleram o consumo e atravessam a comunicação. Parte-se da hipótese de que os processos de convergência de mídia seriam propulsores de uma mudança na cultura de massa, desencadeando adaptações na produção de conteúdo para a televisão aberta, veículo que tem ocupado papel privilegiado na esfera sócio-cultural.

A proposta é investigar as narrativas televisivas que surgem dentro da revista eletrônica dominical e que estão articulados com a forma de apropriação, pelo programa, de linguagens usadas no ambiente web. *Fantástico, o Show da Vida* apresenta uma convergência entre diferentes plataformas de mídia, já que exhibe conteúdos na televisão, na internet, em livros impressos e no telefone celular. Desta forma, o objeto de pesquisa permite verificar o diálogo emergente entre os meios massivos e os digitais e o impacto destas novas formas de se comunicar.

Para tanto, vamos contextualizar a criação do programa, seus quase 40 anos de existência e a espécie de “vocação” para a convergência que se inscreve em sua história. O intuito é mostrar como um programa, dentro da televisão aberta, propicia um ambiente de interatividade e, com isso, amplia suas possibilidades de incentivo ao consumo, cada vez mais ampliado pelas tecnologias digitais. O *Fantástico* foi escolhido como exemplar porque veicula um programa diário na internet e quadros semanais na televisão com características como diálogo com o público em tempo real pelo site, transmissão digital, reportagens feitas a partir de assuntos sugeridos via internet, espaços para debates na rede, participação ativa do espectador através de vídeos enviados para a redação, votações online e por telefone, comunicação instantânea através de redes sociais e microblogs. Tais modelos são indicadores de mudança no posicionamento do programa no contexto das modificações trazidas pelas Novas Tecnologias da Informação e Comunicação (NTICs).

O programa cultiva aspectos relacionados à originalidade e à novidade como pilares da cultura de massa, princípios defendidos por Edgar Morin (1989). Além disso, o *Fantástico* detém um dos melhores índices de audiência da televisão brasileira¹ e, com isso, se tornou um dos produtos mais familiares do grande público.

A abordagem desse estudo está baseada na definição de Henry Jenkins (2008), para quem convergência de mídia é o fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos. Como consequência, o autor destaca as alterações no comportamento do público, que apresenta um caráter migratório diante dos meios de comunicação e que vão a (quase) qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. Vale lembrar que convergência não é um processo inteiramente novo. Já no século XV, com a prensa inventada por Gutenberg, a tiragem de livros na Europa ultrapassava oito milhões de exemplares. Tempos depois, em 1870, com o desenvolvimento do vapor, uma complexa rede de ferrovias permitiu o fluxo de informações em grande escala (ROSA, 2008:82). As grandes diferenças neste momento são a velocidade das transformações e as mudanças cada vez mais profundas que esta nova configuração da indústria das comunicações acarreta – sobretudo a do audiovisual – e que, por fim, se traduz em cultura.

A convergência de mídia também é pensada com base nas aberturas teóricas que sugerem associações entre atores materiais e imateriais para pensar as mobilidades do tempo moderno-contemporâneo, sobretudo a *Teoria do Ator-Rede*, que propõe outras formas de enxergar a disposição e o papel dos elementos sociais através das relações que se dão entre eles (LATOURETTE, 2007). Nesta referência conceitual, os objetos são enunciadores assim como os sujeitos, eles se imbricam fazendo com que os artefatos sejam complementares e indispensáveis aos organismos. O sujeito desenvolve uma relação íntima com suas máquinas que se tornam extensões corpóreas do homem, como anteviu Marshall McLuhan (1964). Embora a evolução tecnológica sempre tenha estado presente nas

¹ O *Fantástico* alcança, em média, 22 pontos de audiência. É a maior audiência da programação de domingo das emissoras abertas no Brasil. Cada ponto corresponde a cerca de 60 mil lares só na Grande São Paulo. Fonte: www.oglobo.com.br/cultura/kogut

significativas mudanças ocorridas ao longo dos tempos, Mark Deuze (2006) atesta que a aquisição de conhecimento acumulado na área tem acelerado as mutações.

Portanto, empreender reflexões sobre as relações sociais da imagem, seus usos e aplicabilidades é uma escolha amparada em inquietações que cruzam a atualidade, mas que não deixam de estar baseadas em preceitos pessoais. Como jornalista e docente da disciplina *Comunicação em Televisão*, do curso de Comunicação Social da PUC-Rio, tenho acompanhado e observado as recentes mudanças nos programas de televisão. Desse acompanhamento feito para coletar material empírico para uso em sala de aula, veio a constatação de que particularmente o *Fantástico* tem explorado novos formatos na sua programação. Como editora do núcleo de televisão do *Portal PUC-Rio Digital*², também tenho tido a oportunidade de orientar a produção de estagiários que vão ingressar no mercado de trabalho já transformado pela necessidade de produção nesses novos formatos. Além disso, também atuo no mercado de trabalho jornalístico, sempre na área de TV, exercendo funções ligadas a elaboração de roteiros, produção e edição, e pude constatar como os profissionais estão em busca de formas de usar as novas tecnologias no fazer televisivo cotidiano.

Com isso, considero que o tema permite investigar um fenômeno relacionado simultaneamente aos campos acadêmico e profissional: a reordenação das indústrias das comunicações, considerando a televisão um meio de comunicação de grande ênfase na vida em sociedade. Tomo aqui a definição de Pierre Bourdieu, para quem a televisão tem uma importância desproporcional dentro do campo da experiência social: “Caminha-se cada vez mais rumo ao universo em que o mundo social é descrito-prescrito pela televisão. A televisão se torna o árbitro do acesso à existência social e política” (BOURDIEU, 1997:29). A penetração do veículo pode ser observada na pauta das conversas interpessoais, muitas vezes sugerida pela televisão, propiciando aos receptores a hierarquização dos assuntos que devem ser pensados/falados. A realidade passa a ser representada por um cenário criado a partir dos símbolos, mitos e imagens dos meios de comunicação de massa (MORIN, 1989). A televisão funciona como espelho e produtor cultural, daí a sua relação íntima com o público e sua

² www.puc-rio.br/puc-riodigital

importância para a compreensão da vida cotidiana de uma sociedade. Especificamente no cenário brasileiro, a televisão ocupa um espaço de destaque e, como veículo de comunicação de massa, cumpre o papel de instância legitimadora das obras, como afirma Renato Ortiz (1985). Repensar o meio televisivo na iminência de uma mudança substantiva da ordem social parece necessário para entender a sociedade e a cultura nacionais. Dentro dos produtos televisivos podemos encontrar a pluralidade de conteúdos culturais do campo externo da sociedade, delimitado pela tradição e folclore, e conteúdos universais, resultados de uma cultura mundializada. Com a convergência de mídia essa representação de realidade ganha múltiplas vertentes e direções que estariam impactando as identidades, os estilos de vida e o consumo na contemporaneidade.

A multiplicidade do agora, o sentido ininterrupto de aceleração, a obsolescência programada de corpos e máquinas, as junções culturais que desmontam e remontam o tempo e o espaço são características de um período marcado pela transitoriedade. Com a ascensão dos processos globalizantes por todo o mundo percebemos uma reordenação das espacialidades e temporalidades não só geográficas, como também subjetivas. A nossa existência parece estar abarcada em um eterno presente, onde o passado se torna cada vez mais distante e o futuro mais próximo.

A inexorável proximidade deste estudo com a nossa própria vivência faz com que tenhamos que adestrar o pensamento para enxergar algo que, de tão perto, pode ser embaçado pelo olhar. Ao indagar sobre o tempo contemporâneo, Giorgio Agamben (2009) propõe um deslocamento para sermos capazes de perceber e entender o presente. O filósofo italiano considera que só pertencemos ao presente quando não nos adequamos às pretensões de nosso tempo, estabelecendo assim uma inatualidade. No entanto, sabemos que é impossível nos distanciarmos totalmente do presente, já que ele nos pertence irrevogavelmente. Ser contemporâneo é, portanto, estabelecer uma relação única com o tempo, de adesão e de distância, uma aderência ao presente e uma nostalgia do passado. “Aqueles que coincidem muito plenamente com a época, que em todos os aspectos a esta aderem perfeitamente, não são contemporâneos porque,

exatamente por isso, não conseguem vê-la, não podem manter fixo o olhar sobre ela” (AGAMBEN, 2009:59).

Deste modo, ao enfatizar as dificuldades de compreendermos o tempo em que estamos inseridos, Agamben ressalta que contemporâneo é aquele que consegue ver além das luzes de seu tempo e perceber o que se encontra nas sombras, no escuro.

Pode dizer-se contemporâneo apenas quem não se deixa cegar pelas luzes do século e consegue entrever nessas a parte da sombra, sua íntima obscuridade (...) Por isso os contemporâneos são raros. E por isso ser contemporâneo é, antes de tudo, uma questão de coragem. (AGAMBEN, 2009:63,65)

Por ser a única temporalidade passível de ser tocada, o presente conta com as convicções que a prática diária traz. As operações do passado só podem ser experimentadas ou mesmo celebradas enquanto tempo presente, quando o passado se dissolve do tempo decorrido e se manifesta, de alguma maneira, na atualidade de um instante. Instante cada vez mais apreendido e transformado pela captura das lentes de televisão, com os recursos das transmissões ao vivo que transformam alguns poucos segundos em momentos celebrizados. A reconstrução ou reconstituição da história se dá com uma preservação da memória concretizada no momento atual. Na televisão, o presente do enunciado é tempo do discurso e se torna determinante para as lembranças do passado, ditas no presente. O discurso não escapa da memória, nem pode livrar-se do presente (SARLO, 2007). Nesse sentido, vemos na atualidade a valorização do testemunho, das narrativas em primeira pessoa, da oralidade propriamente dita, para trazer esse passado ao presente. Estes elementos são agregados pelas narrativas do universo midiático e fazem com que a memória entre no curso dos enunciados televisivos que enumeram e hierarquizam os fatos que devem ser lembrados e arquivados.

Ao estabelecermos no contemporâneo um alinhamento temporal baseado na sensação de um presente permanente, o instante se torna um paradigma pelo qual novas relações sociais são firmadas. Desta forma, nascem afinidades fundamentadas em componentes imateriais e aparatos técnicos que se ancoram na possibilidade de estar em constante velocidade e sincronia com este novo tempo. Assim, a tecnologia e a virtualidade dos novos sistemas se tornam plataformas reordenadoras da cadeia de elementos sociais.

Neste universo mediado pela técnica, as imagens são componentes que ganham destaque. Ao longo dos últimos dois séculos, não podemos deixar de considerar que o sentido da visão ajudou a estabelecer diretrizes para o funcionamento das sociedades contemporâneas. As imagens nos acompanham desde o momento do nascimento, nas salas de parto, até a morte, com a filmagem dos rituais fúnebres dos velórios, hoje produzidas, muitas vezes, por aparelhos móveis.

Dentro desta preponderância imagética fomos atravessados por um dispositivo que se tornou essencial para transformar a imagem em consumo: a televisão. Como o próprio nome diz: uma tela para a visão à distância ou uma visão através da tela. Esta tela, que hoje possui diferentes formatos e tamanhos, mudou a forma de ordenar o cotidiano nas grandes cidades ocidentais e, com isso, a forma de estar no mundo. A televisão foi, aos poucos, mudando hábitos diários, gerando identificações, tomando o lugar das conversas presenciais, aplacando solidões até virar praticamente um integrante da família. A força do veículo é tão grande que fez com que a televisão se tornasse, ela própria, um mundo paralelo travestido de realidade, como atestou Jean Baudrillard (1991). Para Muniz Sodré (2007), a televisão chega a ser uma forma de vida, tamanha a articulação da vida social com esta mídia:

A televisão vinga porque é uma forma de vida, uma esfera mais tecnomercadológica do que civil (no sentido político-liberal do termo), onde a tecnologia, o mercado e as imagens investem a trama das relações sociais, passando a competir com a vinculação comunitária. Ou seja, essa forma de vida passa a competir com o nexos intersubjetivo, que é simbolizado e reconhecido como tal pelo grupo. (SODRÉ, 2007)

Com a popularização da internet, em meados da década de 1990, a relação do público com a televisão começou a mudar. Juntos, esses dois dispositivos são meios de comunicação responsáveis por uma disseminação de imagens e um alargamento do consumo a velocidades aceleradas. Para analisar as vertentes da arte do olhar pelo prisma destas duas plataformas que se entrelaçam e se modificam concomitantemente recortamos este trabalho em cinco capítulos. Mesmo diante das dificuldades pelo não distanciamento da atualidade, consideramos que a tarefa pode oferecer pistas para entendermos a nossa própria cultura.

No *Primeiro Capítulo* buscamos oferecer ao leitor uma contextualização teórica relacionando mídia, consumo e convergência no pano de fundo da contemporaneidade. As transformações trazidas com o advento da globalização, a virtualidade e imaterialidade dos sistemas econômicos, políticos, sociais e culturais como componentes para uma reformulação das identidades moderno-contemporâneas. Adaptações, realinhamentos, fragmentações podem ser percebidas na medida em que as identidades entram em contato com elementos espalhados em outras localidades e temporalidades. O consumo é refletido como um processo base na constituição de significados do nosso sistema cultural e responsável pelas classificações e divisões sociais. A cultura de massa e o predomínio dos meios de comunicação se colocam como importantes mediadores destas disposições em que a informação se torna um componente indispensável para estar e pertencer a este mundo. A revolução tecnológica do final do século XX, com os satélites e a informática, estaria fazendo com que a televisão reveja suas formas de atuação, sobretudo com o aperfeiçoamento das NTICs que abrem frestas para um consumo personalizado e ativo. Portanto, o movimento de convergência de mídia é ponderado com base em aberturas teóricas que repensam a relação entre cultura e a natureza, indicando um acesso dialogal entre humanidades e materialidades (LATOURET, 2007). Com esse reordenar de fatores, o *Fantástico* vai incrementar sua programação com quadros e formatos que promovem interações e articulações entre os muitos atores que compõem a comunicação e estão em cruzamento constante.

Antes, porém, de começar a análise do *Fantástico*, dedico o *Capítulo 2* à história da televisão no Brasil. Alguns adventos técnicos que precederam a invenção do cinema são lembrados. O pioneiro na arte de produzir imagens em movimento abriu o caminho para a consolidação da televisão. A chegada do meio no país se deve às artimanhas do jornalista Assis Chateaubriand, o empreendedor das comunicações abaixo da linha do Equador. Chatô, como era conhecido, trouxe o invento para o Brasil quase que por acaso, ao pesquisar tecnologias para o negócio do rádio em uma viagem que fez a Nova Iorque no final da década de 1940. A partir do empenho e atrevimento do jornalista é inaugurada a primeira emissora da América Latina, a TV Tupi de São Paulo, mesmo sem a cidade ter condições para receber o custoso aparato. A ousadia pessoal, as ligações políticas

e arrojado empresarial de Chatô fazem do veículo um negócio lucrativo que passa a agregar os mais suntuosos investimentos publicitários e transformam a televisão na maior indústria de comunicação brasileira. Essa concretização do meio é determinante na integração e formação de uma identidade nacional, que passa a ter nos códigos da televisão um importante canal para perceber a própria cultura.

A seguir, no *Capítulo 3*, vamos enfim dissecar a estrutura e funcionamento do *Fantástico*, o nascimento da revista eletrônica, os momentos marcantes na trajetória do programa, a primazia do uso da tecnologia na televisão aberta brasileira, a influência do público na construção das narrativas e quadros que abrem perspectivas para a participação do telespectador e para a convergência entre diversas plataformas.

Para entender as escolhas editoriais que compõem o *Fantástico* é importante refletir sobre algumas características da televisão como um dispositivo influente que impacta e produz cultura. É por isso que no, *Capítulo 4*, analisamos como os contornos do entretenimento se firmaram na base do universo televisivo e como essas características se fazem presentes nos produtos do programa. O *Show da vida* já nasce dentro de um modelo em que o entretenimento é validado como um dos principais estímulos e instiga um consumo televisivo amparado nas nuances do lazer e da diversão. A revista eletrônica é caracterizada por um embaralhamento de gêneros, uma glamourização da vida privada, exaltação de celebridades, valorização de tecnologias e constrói narrativas que podem ser associadas ao conceito de mito. Tal modelo televisivo é chamado por Umberto Eco (1984) de *neotelevisão* e é assinalado, principalmente, pela não diferenciação entre realidade e ficção. A televisão e suas representações imagéticas – ou simulacros – seriam responsáveis por um real mais legítimo do que a própria vivência, uma hiperrealidade, como acredita Baudrillard (1991). Com a proliferação das tecnologias da comunicação e da informação caminhamos para um modelo que vamos chamar de *transtelevisão*, onde a hiperrealidade ganha ainda mais legitimidade com a edificação de subjetividades ligadas ao mundo virtual. O *Fantástico* começa a criar formatos onde a participação do público é um estímulo para o consumo e o intercâmbio com a internet é predominante em seus discursos.

Finalmente, no *Capítulo 5*, analisamos o pioneirismo do *Fantástico* na intenção de espalhar seus conteúdos por múltiplas plataformas valorizando um diálogo direto com o público em novas narrativas que dão forma à convergência de mídia. Os principais quadros do programa são conformados com análises teóricas que servem de escopo para pensarmos os caminhos que a televisão vem tomando diante da preponderância das NTICs nas vidas dos sujeitos moderno-contemporâneos. A ideia do *Ator-Rede* (LATOUR, 2007) é uma delas e oferece contribuições para pensarmos sobre proliferação de atores sociais que entram em diálogo diante destas novas formas de comunicação. Apesar das ideias de autonomia e colaboração que recaem sobre estes modelos, alguns autores, como Richard Sennet (2009) e João Freire Filho (2010), vão perceber um esgotamento psíquico do sujeito frente às exigências do mercado de trabalho e a noção de celeridade como um valor pujante do momento em que estamos inseridos. Mesmo com a detecção de males que provocam ansiedades e depressões no sujeito, a relação com os artefatos eletrônicos, com a tecnologia e com a velocidade dos sistemas atuais parece ser determinante para as orientações e posicionamentos atuais. Assim, a convergência de mídia interfere na formação de subjetividades decorrentes destas afinidades e se converte imediatamente em peça publicitária que incentiva o consumo de si própria. O movimento alavanca os mercados globais e reorganiza a maneira de criar produtos para o universo televisivo e a forma de consumi-los.

Por se tratar de uma revista eletrônica, a diversidade de produtos e pautas é marca da composição do *Fantástico*, sendo renovados a cada domingo. Levando-se em conta a impossibilidade de analisar todos os quadros e reportagens veiculados nestes 39 anos de exibição, vamos nos concentrar nos principais formatos e reportagens que marcaram a trajetória do programa, sobretudo durante o ano de 2011, e estão ligados a esta análise teórica que privilegia o estudo da convergência de mídia, do consumo, do entretenimento e da construção da realidade por representações.

A argumentação apropriada por este trabalho também parte da evidência dada à imagem e aos meios de comunicação feita pela crítica de autores respeitados, como Jean Baudrillard (1991), Daniel Boorstin (1980), Neal Gabler

(1999), Pierre Bourdieu (1997), Edgar Morin (1989), Marshal McLuhan (2007), Everardo Rocha (1985), Marilena Chauí (2006), Muniz Sodré (1984), que ajudaram a cruzar preciosas análises para compor este esboço.

Diante de transformações que inquietam o campo da comunicação, os profissionais da área não podem deixar de pensar o tempo contemporâneo, ainda que a “aventura” possua inúmeras armadilhas. Algumas delas logradas justamente pela proximidade com o desenvolvimento do fenômeno. A tentativa é de oferecer brechas para futuras interpretações. Espero, contudo, não me deixar cegar pelo brilho intenso de meu tempo e conseguir avistar, se não a escuridão, ao menos a penumbra.